

**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**



**TESIS**

**“Incidencia de la certificación orgánica del café (coffea arábica)  
de exportación en la cadena de valor de la Asociación  
Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de  
Moyobamba, en el periodo 2016 al 2017.”**

Tesis que presentan las bachilleres  
**Huamán Bances, Gloria Angélica**  
**Rios Villegas, Isaurita Del Pilar**

Asesor:

**M.Sc. Martínez Inoñán, Teodoro**

Para optar el Título Profesional de  
**LICENCIADA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Lambayeque – Perú**

**Noviembre – 2018**

**“INCIDENCIA DE LA CERTIFICACIÓN ORGÁNICA DEL CAFÉ  
(COFFEA ARÁBICA) DE EXPORTACIÓN EN LA CADENA DE VALOR  
DE LA ASOCIACIÓN PRODUCTORES AMAZONAS ALTO MAYO, DE  
LA PROVINCIA DE MOYOBAMBA, EN EL PERIODO 2016 AL 2017.”**

**Decreto de sustentación N° 143-2018-U.I. - FACEAC**

Gloria Angélica Huamán Bances  
Bachiller

Isaurita De Pilar Rios Villegas  
Bachiller

Teodoro Martínez Inoñán  
Asesor

Presentada para obtener el título profesional de Licenciada en Comercio y  
Negocios Internacionales

**Aprobado por el jurado: Decreto de Aprobación N° 116-2018-UI/FACEAC**

Dr. Mauro Adriel Ríos Villacorta  
Presidente

Dra. Ana Cotrina Camacho  
Secretario

Julio Cesar Romero Sánchez  
Vocal

## INDICE

<b>Resumen.....</b>	<b>viii</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I: El objeto de estudio .....</b>	<b>2</b>
1.1. Contextualización del objeto de estudio.....	2
1.2. Características y manifestaciones del problema de investigación .....	2
1.2.1. Formulación del problema .....	4
Problemas específicos .....	4
1.2.2. Objetivos .....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos .....	4
<b>Capítulo II: Marco teórico .....</b>	<b>5</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	5
2.2. Base teórica .....	8
2.2.1. Fundamentación teórica de la certificación orgánica.....	8
Teoría de la información asimétrica .....	8
Modelo de costo de señalización (Signaling). .....	9
Teoría de los sentimientos morales.....	10
Fundamentación teórica de la certificación orgánica.....	11
2.2.2. Fundamentación teórica de la Cadena de Valor .....	12
Actividades desarrolladas en una cadena de valor.....	13
<b>Capítulo III: Metodología .....</b>	<b>16</b>
3.1. Nivel y naturaleza de la investigación.....	16
3.2. Diseño de contrastación de hipótesis .....	17
3.3. Procedimiento a seguir en la investigación .....	18

3.4. Población y muestra .....	19
5.1. Técnicas e instrumentos .....	21
5.1.1. Técnica .....	21
5.1.2. Instrumentos.....	21
<b>Cuestionario.....</b>	<b>21</b>
<b>Capítulo IV: Resultados y discusión .....</b>	<b>22</b>
4.1. Diagnóstico de las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en el periodo 2016 al 2017.....	22
4.1.1. Actividades primarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en el periodo 2016 al 2017. ....	22
Condiciones de almacenamiento.....	31
El embalaje es en Sacos de Yute.....	31
4.1.2. Actividades secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en el periodo 2016 al 2017. ....	33
4.2. Costos.....	40
4.2.1. Costo de cultivo del café.....	41
4.2.2. Costo de procesamiento del café.....	43
4.2.3. Costo de transporte y comercialización del café convencional .....	45
4.2.4. Costo de implementación de la Certificación Orgánica .....	46
4.3. Precios.....	47
4.3.1. Precios de exportación en FOB de Perú por Kg .....	47
4.3.2. Precio De La Bolsa De Valores Del Café En Centavos De Dólar Por Libra.....	48
4.3.3. Precio de la bolsa de valores del café en centavos de dólar por libra de orgánico y convencional en el periodo 2016 al 2017 .....	49
4.4. Discusión.....	50
4.5. Conclusiones .....	53

4.6. Recomendaciones .....	54
4.7. Anexos .....	59

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Muestra estratifica no probabilística.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 2 Kilogramos por hectárea al año.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 3. Factores que influyen en la producción de café convencional y orgánico.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 4 Condiciones de almacenamiento y distribución (logística externa).....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 5 Indicador 4P de la actividad de marketing y ventas.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 6 Calificación de administración general.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 7 Calificación de la planeación de la asociación.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 8 Calificación de las fianzas y contabilidad de la asociación .....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 9. Matriz de resultados del nivel de gestión organizacional.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 10 costo del procesamiento del café convencional.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 11 costo del procesamiento del café orgánico.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 12 Transporte y comercialización del convencional.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 13 Transporte y comercialización del orgánico.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 14 Costo de implementación de la Certificación Orgánica.....</i>	<i>52</i>

## Índice de figuras

<i>Figura 1 Cadena genérica de valor.....</i>	<i>14</i>
<i>Figura 2 Contratación de hipótesis fue mediante el método de la observación sistemática.....</i>	<i>17</i>
<i>Figura 3 Logística de entrada sin certificación de la asociación. ....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 4 Logística de entrada con certificación orgánica de la asociación.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 5 Rendimiento físico promedio del café con y sin certificación. ....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 6 ¿Con cuantas hectáreas de café orgánico y convencional cuenta en el período 2016-2017?.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 7 ¿Cuál es la variedad de café que produce?.....</i>	<i>27</i>
<i>Figura 8 ¿Qué tipo de abono usa frecuentemente para la producción de café orgánico? .....</i>	<i>27</i>
<i>Figura 9 ¿Cada cuánto tiempo sacan las malezas del café?.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 10 Indique el tipo de sombra que utiliza su cultivo .....</i>	<i>29</i>
<i>Figura 11 Nivel de estudios alcanzados .....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 12 ¿Han recibido capacitaciones por parte de la asociación en los años 2016 – 2017, relacionadas al cultivo orgánico? .....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 13 ¿En las capacitaciones dictadas fueron acompañado de sus familiares menores en los años 2016- 2017?.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 14 ¿La asociación realiza pasantías a organizaciones productoras de café orgánico en los años 2016 – 2017? .....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 15 Tecnología de la asociación antes de tener la certificación en el año 2016.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 16 Tecnología de la asociación después de tener la certificación en el año 2017.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 17 ¿De dónde se abastecen de semillas orgánicas?.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 18 ¿Cuánto personal requiere para sembrar una hectárea de café?.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 19 Precios de exportación en FOB de Perú por Kg .....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 20 Precio De La Bolsa De Valores Del Café En Centavos De Dólar Por Libra.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 21 Precio de la bolsa de valores del café en centavos de dólar por libra, de orgánico y convencional en el periodo 2016 al 2017.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 22 ¿Cuál es la razón principal para sembrar café orgánico? .....</i>	<i>49</i>

## **Dedicatoria**

Dios gracias por permitirme sonreír ante mis logros, que son un resultado más de tu ayuda. Este trabajo de tesis es una gran bendición en todo sentido, en el cual agradezco inmensamente a mis padres, los profesores Oscar Ríos y Elvia Villegas a quienes va dedicado, por estar presentes en todo este proceso importante, de trabajo de investigación, por estar día a día viviendo cada logro, cada obstáculo a mi lado, haciendo la mejor versión de mi como ser humano. Gracias mamá y papá, por la vida, la educación y el amor incondicional que me brindan. No hay nada mejor que verlos sonreír ante cada logro que doy y esto es para ustedes.

Este esfuerzo y dedicación también va dedicado a ti profesora Celia Villegas más que una tía una madre más, pieza importante en este nuevo paso, siempre estuviste ahí y sin tu apoyo incondicional no hubiera sido posible decir lo logré.

*Isaurita Ríos Villegas*

Esta tesis está dedicada a la memoria de mi querida mami Elva, la más bonita estrella en el cielo, cada noche te echo de menos, simplemente miro al firmamento, porque yo sé muy bien que donde se encuentra esa entrañable luz está iluminando nuestros pasos, mi abuelita hermosa, yo siempre mirare hacia arriba esperando verte, gracias mami Elva .

Se la dedico también a mi mamá Mary por el apoyo que siempre me brinda, mamá TE AMO! , papá y hermanos también para ustedes.

A mi tío Alejandro por ser quien siempre nos apoyó en el transcurso de mi carrera universitaria, muchas gracias Tío.

*Gloria Angélica Huamán Bances*

## **Agradecimiento**

Agradecemos a quienes hicieron posible que esta investigación se realizara, a la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de Moyobamba, distrito de Soritor.

Agradecemos a nuestro Asesor el M.Sc. Martínez Inoñán Teodoro

Agradecemos al licenciado Nikolays Lizana Guevara por su asesoría externa en el desarrollo de la presente investigación.

## **Resumen**

Las organizaciones que brindan productos agroexportables tradicionales como lo es el café necesitan comprender la relación entre la certificación orgánica y la cadena de valor, llevando a



la presente investigación a analizar la incidencia de la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017; La metodología empleada fue de tipo transversal, no experimental, mediante un cuestionario a cinco representantes de la asociación y una encuesta a 42 agricultores asociados; con el propósito de una investigación básica y los beneficios de la comprensión de la presente investigación. Los resultados como el precio promedio de la bolsa de valores de la serie de tiempo empleada es de 134.46 centavos de dólar por libra, además más del 50% de los precios considerados supera el valor de 131.05 centavos de dólar, con una desviación estándar de 12.92 centavos, con un coeficiente de variación de 9.62% (menor a 33%), deduciéndose que los diferentes precios son más homogéneos.

**Palabras clave:** Certificación orgánica, cadena de valor, café y asociación

**Abstrac**

Organizations that provide traditional agro-export products such as coffee need to understand the relationship between organic certification and the value chain, leading this research to analyze the incidence of organic certification of coffee (*Coffea arabica*) for export in the chain of value of the Association of Amazonas Alto Mayo producers of the province of Moyobamba in the period 2016 to 2017; The methodology used was cross-sectional, non-experimental, through a questionnaire to five representatives of the association and a survey of 42 associated farmers; for the purpose of basic research and the benefits of understanding the present investigation. The results as the average price of the stock exchange of the series of time used is 134.46 cents per pound, in addition more than 50% of the prices considered exceeds the value of 131.05 cents, with a standard deviation of 12.92. cents, with a coefficient of variation of 9.62% (less than 33%), deducing that the different prices are more homogeneous.

**Key words:** Organic certification, value chain, coffee and association.

## **Introducción**

El principal problema de la presente investigación es ¿Cómo incide la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el año 2016- 2017? Teniendo como objetivo Analizar la incidencia de la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.

En el capítulo I, el objeto de estudio incluye contextualización del objeto de estudio, las características y manifestaciones del problema de investigación.

En el capítulo II, el marco teórico incluye los antecedentes de la investigación conformado por cinco tesis y las bases teóricas en función a las variables en estudio.

En el capítulo III, metodología, incluye el diseño de investigación, población y muestra, recolección y análisis de datos.

En el capítulo IV, se plantea los resultados en función a los objetivos específicos y su discusión.

Finalmente está las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

## **Capítulo I: El objeto de estudio**

### **1. Contextualización del objeto de estudio**

Se seleccionó a la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, para dicha investigación, está situada en el departamento de San Martín, provincia de Moyobamba, distrito Soritor. Fue fundada el 22 de octubre del 2015, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una sociedad anónima cerrada. Los principales directivos son la gerente Leydi Requejo Alfaro, el presidente Dolores Alfaro Bernal, el tesorero Carlitos Joseph Ríos Vásquez, el secretario Yover Cleyder Alfaro Peralta y la fiscal Rosa Acuña Cerdán. Esta asociación está dedicada a la exportación indirecta de café pergamino, comenzó sus labores comerciales en el año 2016 con 30 productores cafetaleros orgánicos, para ese entonces no tenía la certificación orgánica, decidieron incorporarse a dicha certificación y en julio del mismo año adquirieron, para darle mayor valor a su producto. Con el esfuerzo mancomunado dicha empresa ha crecido en número de asociados, contando en el año 2017 con 109 cafetaleros orgánicos del departamento, los cuales contribuyen a la exportación de 25 contenedores al año, aproximadamente 12 mil quintales de café, con un peso de 55.2kg por quintal (Requejo, 2017).

La Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo implementó la certificación orgánica con la finalidad de incrementar el margen de valor a su producto, a través de una cadena de valor competitiva, dividida en actividades primarias y secundarias, pudiendo hacer mejoras y siendo eficientes en el sector productivo como en la organización. La certificación orgánica ayudó a ofrecer una garantía, que asegura la calidad en el que se halla el producto, permitiendo constatar que el cultivo ha seguido acertadamente las normas de producción orgánica, cuidando el medio ambiente y la salud del consumidor.

### **2. Características y manifestaciones del problema de investigación**

Es relevante estudiar los principales destinos de las exportaciones peruanas de café. En el 2016 fueron Estados Unidos con un valor FOB exportado fue de \$217 millones, seguido de Alemania \$193 millones, Bélgica \$80 millones, Suecia \$40 millones y Canadá \$35 millones. El precio promedio FOB por quintal de 69kg es de \$ 243 (Superintendencia Nacional de Administración Aduanera y Tributaria, 2017). Identificando una demanda existente en diferentes países.

En el Perú el mayor número de superficies cosechadas se encuentra, en el departamento de San Martín con 87,163 hectáreas, seguido por Junín con 79,808, Amazonas con 53 258, Cajamarca con 53 038, y el quinto es Cusco con 50 402, de 16 departamentos que producen café. La variación en las superficies cosechadas de los 5 principales departamentos ha sido del -3% para San Martín, 2% para Junín, 2% para Amazonas, 6% para Cajamarca, y -6% para Cusco, en el año 2016 con respecto al 2015. La participación de las superficies cosechadas en el año 2016 son 23% para San Martín, 21% para Junín, 14% para Amazonas, 14% para Cajamarca, y 13% para Cusco. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017)

San Martín se encuentra ubicado en la selva alta de Perú, con una población de 862 822 habitantes en el año 2017, de los cuales Moyobamba cuenta con 132 571. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017). Por lo que las exportaciones pueden generar empleo para esta población.

En 2016 la producción de café fue de 83 022 toneladas (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017) San Martín tuvo la máxima producción a nivel nacional con un porcentaje de 29.8%, seguido de la región de Cajamarca y Junín con un porcentaje de 17.3% y 16.7% respectivamente.

Exportó un total de 8 519 toneladas de café (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017) Las exportaciones fueron a los países de Estados Unidos con porcentaje de 29% , seguido de Alemania y Bélgica con un porcentaje de 26% y 11% de participación.

Las organizaciones que están realizando esfuerzos en el comercio orgánico, han asumido el reto de fortalecer las organizaciones y hacerlas competitivas a través de una cadena de valor sostenida por esta certificación. Los productores realizan una cotización de productos orgánicos superior al convencional, con precios que alcanzan un valor adicional de 250 a 300 dólares por tonelada. En San Martín existe una masificación de empresas con hectáreas certificadas orgánicas, pero aún se presenta un desconocimiento por parte de las organizaciones sobre la influencia de esta certificación en la cadena de valor, ya que es un factor clave para incrementar competitividad de la organización. La razón para aplicar este sistema de certificación está en mejorar el margen de valor del café de las asociaciones productoras en los mercados internacionales (Cueva, 2013).

Dichas organizaciones tienen un deficiente proceso administrativo, que podría ser mejorado con la implementación de la certificación orgánica en la cadena de valor, siendo notoria la ineficiencia en el desarrollo y coordinación en las relaciones de procesos generadoras

de valor de la asociación, teniendo como resultado que los flujos de información y procesos de transformación impiden tomar decisiones oportunas, afectando el margen de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo. Es indispensable un correcto funcionamiento en dicha cadena para identificar las fuentes generadoras de ventajas competitivas, contemplando a las organizaciones no como un todo si no como actividades enlazadas que contribuyen a dar valor.

### **1.2.1. Formulación del problema**

¿Cómo incide la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el año 2016- 2017?

#### ***Problemas específicos***

1. ¿Cuáles han sido las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba, antes y después de la certificación orgánica, en el periodo 2016 al 2017?
2. ¿Qué costos han generado las actividades primarias y secundarias de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, antes y después de la certificación orgánica, en el periodo 2016 al 2017?
3. ¿Qué relación existió entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación en el periodo 2016 al 2017?

### **1.2.2. Objetivos**

#### ***Objetivo general***

Analizar la incidencia de la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.

#### ***Objetivos específicos***

4. Diagnosticar las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.
5. Identificar los costos de las actividades primarias y secundarias de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, antes y después de la certificación orgánica, en el periodo 2016 al 2017.

6. Identificar la relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación en el periodo 2016 al 2017.

## **Capítulo II: Marco teórico**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

McBurney (2010) en su tesis titulada, Las cadenas de valor del café orgánico - comercio justo de Intag y su impacto en el desarrollo local, utilizó el diseño metodológico mixto (cuantitativo y cualitativo). En base a encuestas no estructuradas a los socios y la directiva de la Asociación Agro artesanal de Caficultores Río Intag, se definirá el impacto económico y social de la organización.

Las cadenas de valor explican las actividades mediante las cuales un producto gana valor en cada eslabón de la cadena, sirviendo para analizar las actividades y cómo una empresa puede agregar valor a su producto, mejorar la competitividad a nivel local al asumir más actividades, las cuales incluyen la producción, el diseño, el marketing, la entrega y el apoyo al producto. Además, la cadena de valor divide la empresa o empresas en actividades estratégicamente relevantes para entender los costos y las fuentes de la diferenciación existentes y potenciales. Si los cafetaleros agregan valor, reciben un precio mayor. Un análisis de las cadenas de valor implica el estudio de cada una de la serie de actividades necesarias para convertir una materia prima, como el café verde, en un producto terminado, el café tostado y listo para tomar. El propósito es descubrir el valor agregado al producto como resultado de cada proceso o actividad.

Ramírez (2013) en su tesis titulada, Estudio de caso de la cadena de valor compuesta por los productores de Kishuará, Capac Perú y supermercados peruanos. 2009 – 2013, en la metodología utilizó el enfoque descriptivo, cualitativo y ha comprendido la aplicación de entrevistas a profundidad y semiestructuradas.

La teoría de la cadena de valor es una contribución importante para el campo de la administración, en términos estratégicos hay dos puntos resaltantes: Las organizaciones involucradas en la cadena de valor presentan metas y visión que pueden complementarse para plasmar objetivos estratégicos comunes, las organizaciones que conforman la cadena de valor tienen sinergias para realizar una inteligencia cooperativa en sus diversas áreas y de esta manera aumentar la competitividad de la cadena de valor. Los productores, manejan un mejor precio de

venta de producción que los productores no inmersos en la cadena; y además reciben la asesoría técnica en campo que les permite obtener mejores productos para la comercialización.

Soletto y Cruz, (2017) en su artículo titulado, ¿Quién se beneficia de las certificaciones de café orgánico? El caso de los campesinos de La Sepultura, Chiapas. En la metodología utilizada el principal instrumento de recopilación de información fue la entrevista semiestructurada, la cual consistió en tener una guía de entrevista con preguntas agrupadas por temas o categorías, con base en los objetivos de estudio, se tomaron en cuenta conversaciones informales y la observación directa con el fin de asegurar métodos comparativos.

El análisis de la cadena de valor pone énfasis en las estructuras y los procesos que influyen en los medios de vida de los productores, particularmente en el entorno del mercado orgánico. Este enfoque es usado para determinar si la participación en las cadenas de valor orgánicas lleva a los productores certificados a obtener precios más estables y altos, y si su poder de negociación ha aumentado.

En la asimetría de la cadena de valor de café orgánico, los motivos por los cuales la compañía exportadora, que monopoliza el mercado del café en la región, paga precios más bajos de los esperados son los siguientes: escaso poder de negociación por parte de los productores debido a la falta de una organización social que les permita hacer acopio de café y venderlo colectivamente, y obtener así mejores precios. Cuando se llevó a cabo la transición de café convencional a orgánico no se hizo un proyecto a largo plazo que les permitiera desarrollar sus capacidades cooperativas, solo se estableció una cooperativa para que pudieran recibir ciertos apoyos puntuales por parte del gobierno, como un patio de secado; las promesas de mejores precios por su café y la presión de las autoridades de la reserva para producir café de sombra les ha llevado a especializarse en café con una tendencia al monocultivo. Es la empresa exportadora la que paga los costos de certificación y obtiene los papeles que lo certifican como orgánico, y en consecuencia lo exporta como tal.

Sin embargo, aunque los productores saben que son orgánicos, no tienen forma de demostrarlo porque el certificado año tras año queda bajo el poder de AMSA. Las observaciones anteriores contradicen claramente la suposición sobre cómo los productores certificados orgánicamente mejoran su posición en la cadena de valor al obtener precios más altos y, por lo tanto, mejores rentas, y con ello escapar de la pobreza, aumentar el poder de negociación de los



productores para así cambiar la situación en la que se encuentran dentro de la cadena de valor. Permitiendo el acceso a crédito con buenas condiciones, para que puedan pagar el costo de la certificación; de esta forma podrían procesar y comercializar ellos mismos el café pergamino dándole un valor añadido.

Mazariegos, Águila, Pérez, y Cruz (2013) en su artículo titulado El control interno de una organización productora de café certificado, en Chiapas, México. La única manera de enfrentar y sobrevivir a la competencia es con una visión de futuro, con la rápida capacidad de respuesta y flexibilidad ante el cambio, así como en la producción, ágiles en la comercialización y la capacidad de bajar costos de producción, mientras se aumenta la calidad de los productos. Se debe desarrollar un sistema de control interno que forme parte del sistema de gestión de la calidad, el cual debe documentar cada actividad realizada y que además dé cumplimiento a los principios o normas bajo los cuales aspira a certificarse, constituyen un factor clave para utilización eficaz de los recursos al evitar o disminuir las pérdidas por concepto de desvíos y despilfarros, fraudes, conductas corruptivas y la producción de un bien sin la calidad requerida por el mercado al que está dirigido.

El diseño metodológico utilizado es el enfoque cualitativo y bajo la perspectiva de una investigación documental, mediante este método de intervención se determinó como se ha desarrollado el sistema de gestión de la certificación dentro de la organización. Se utilizaron las herramientas de observación directa, entrevista a informantes clave y entrevistas semiestructuradas a socios de la organización y la revisión exhaustiva de la información proporcionada por la organización.

En el artículo se llegó a la conclusión de que el logro de la obtención y mantenimiento de los certificados que acreditan la calidad orgánica (café) ha sido debido al desarrollo de los componentes del sistema de control interno, la sistematización de la información y a la integración de evidencias de las actividades realizadas anualmente. Un adecuado sistema de control interno dentro de la organización facilita el proceso de certificación; a su vez, disponer de las certificaciones que diferencian un producto del resto de productos genéricos se constituye en una herramienta para el acceso a mercados especiales.

Cueva (2013) en su artículo presentado, producción orgánica en la pequeña agricultura peruana: caso café, cacao San Martín liderando comercio orgánico. En el Perú, el proceso de

cambio por producir agricultura orgánica está creciendo, debido básicamente a la demanda de los países industrializados por el consumo de productos orgánicos, en respuesta al deterioro observado en el medio ambiente y como una forma de prevenir enfermedades que aparentemente se originan por el abuso en el empleo de agroquímicos en el proceso de la producción agrícola.

La tecnología de producción orgánica en la Amazonía podría consolidarse como un medio importante para la solución de los problemas que enfrenta los pequeños agricultores y, de esta manera se superaría la pobreza en el sector rural. Los agricultores al hacer uso de una agricultura orgánica debidamente apropiada logran cambios en los rendimientos y se ha demostrado incrementos en la producción que van desde 46% hasta 150%, esto se da por el mejor uso de los recursos naturales, mejores condiciones de seguridad alimentaria, mayor demanda de capacitación y asistencia técnica y organización de productores más sólidos, como es el caso de los cultivos de café y cacao, donde los pequeños productores están optando por una producción orgánica certificada, aplicando buenas prácticas agrícolas, nuestro país es el tercer productor de café orgánico de Sudamérica, después de Colombia y Guatemala.

Los resultados expuestos son que la región San Martín, representa el 28% en las exportaciones de café orgánico, del total de volúmenes exportable a nivel nacional. San Martín exportó hasta junio del 2013, un volumen de 75 TM de cacao orgánico. Es importante resaltar el crecimiento vertiginoso del café que supera las 60,000 hectáreas, con mayor área sembrada en las provincias de Lamas y Rioja. Es preciso señalar que los productos orgánicos tienen una cotización superior al producto normal, llegando a pagar precios adicionales de 250 a 300 dólares por tonelada.

## **2.2. Base teórica**

### **1. Fundamentación teórica de la certificación orgánica**

#### ***Teoría de la información asimétrica***

En el marco de una economía de información asimétrica Akerlof (1970) afirma que “Los agentes con más información (prestatarios, vendedores en mercados de segunda mano) desplazan a los menos informados del mercado, y, en consecuencia el producto malo desplaza al producto bueno generando fallos de mercado” (p.488). La información asimétrica hace referencia a que

una de las partes que intervienen en un contrato de compra y venta cuenta con mayor información que la otra.

La información asimétrica es modelo ejemplificado en el mercado de automóviles de segunda mano. En el que mientras el vendedor de un automóvil conoce perfectamente la calidad del mismo (que se supone de dos tipos posibles, buenos o malos), el comprador sólo tiene el precio de venta como única fuente de información (Akerlof, 1970).

El problema reside en que los propietarios de vehículos defectuosos, intentarán hacerlos pasar por autos de alta calidad. La incapacidad para diferenciar los distintos tipos de autos lleva a que los compradores reduzcan su disposición a pagar por un vehículo y, como consecuencia, su precio de reserva resultará ser inferior al precio de mercado.

Cuando existe información asimétrica ocurren oportunismos Akerlof (1970) identifica a la selección adversa y al riesgo moral, refiriendo que la primera surge cuando una parte de la transacción posee información relevante desconocida para la otra, el resultado de este tipo de situaciones, es que productos de distinta calidad, pueden ser vendidos al mismo precio, debido que el comprador no tiene información suficiente para escoger entre uno y otros; el segundo oportunismo surge cuando la persona informada se aprovecha de la persona menos informada mediante una acción oculta, se considera que existe un problema de riesgo moral (o acción oculta) cuando una parte de la transacción puede adoptar determinadas acciones que afectan a la valoración que la otra parte ha hecho de la transacción, pero que esta no puede controlar perfectamente. Este concepto tiene relación con el contexto en el que se desempeña la certificación orgánica.

### ***Modelo de costo de señalización (Signaling).***

En contextos de información asimétrica, los agentes económicos que se encuentran mejor informados pueden tener incentivos para adoptar acciones observables y costosas señales que indiquen de manera creíble su información privada a los agentes menos informados. Spence (1973) afirma que “Los agentes informados pueden mejorar los resultados del mercado si anuncian o hacen pública mediante señalamientos (signaling) de su información privada a los menos informados” (p.355).

El equilibrio del señalamiento deja satisfecho tanto a las empresas no certificadas como a las que, si lo están, haciéndose más productivos en la tasa de valor diferencial cuando la

economía se halla en esta posición, estudia como las empresas exportadoras pueden utilizar sus certificaciones como medio para enviar una señal a los empresarios importadores.

Se han desarrollado métodos y técnicas para combatir el desequilibrio de información asimétrica. Los estándares y las certificaciones de calidad son un tipo de señalización, al igual que las garantías, los sistemas de control o los escrutinios, efectuados por agencias o directamente por uno de los agentes económicos, son los diferentes métodos usados para extraer la información privada de la otra parte, a través de técnicas de recolección de datos (Nebot, Sistema empresarial, 2015).

La certificación orgánica envía una señal, que incurre en costos de implementación y operación para que un producto cumpla con los estándares que requiere la agencia certificadora, dando satisfacción al cliente extranjero de que su compra posee los atributos que demandan sus gustos y preferencias.

### ***Teoría de los sentimientos morales.***

El hombre por más egoísta que pueda suponer existe en su naturaleza algunos principios que le hacen interesarse por la suerte de otros, haciendo que la felicidad de éstos le resulte necesaria. Smith (1759) afirma en su “Teoría de los Sentimientos Morales”, los principios por los cuales los hombres juzgan naturalmente la conducta y personalidad, primero de su prójimo y después de sí mismos” (p.13). Nuestras percepciones morales son las acciones de las demás personas, donde nuestro juicio moral referido a nuestra propia conducta solo es consecuencia de las sentencias que ya nos hemos formulado sobre el comportamiento de nuestro prójimo.

Cualquier emoción que se origine en las personas, ante cualquier situación, se inicia en el espectador un sentimiento parecido, en menor magnitud que la persona afectada.

En el caso de la lástima o la compasión, la emoción que sentimos ante la desgracia ajena cuando la vemos o cuando nos la hacen concebir de forma muy vivida. Se carece de la experiencia inmediata de lo que sienten las demás personas, salvo que pensemos cómo nos sentiríamos nosotros en su misma situación, sólo mediante la imaginación que podremos formar alguna concepción de lo que son las sensaciones de los demás (Smith, 1759). Con la imaginación podemos percibir lo que los demás están sintiendo, algo similar pero no en la misma magnitud del sentimiento.

La simpatía, denota nuestra compañía en el sentimiento ante cualquier pasión, la inclinación de imaginarse estar en la situación de la otra persona hace que nos solidaricemos. Smith (1759) afirma “Sea cualquiera la causa de la simpatía, nada nos agrada más que comprobar que otras personas sienten las mismas emociones que laten en nuestro corazón y nada nos disgusta más que observar lo contrario” (p. 57). Es por eso que las organizaciones al comercializar un producto certificado, están vendiendo un producto de calidad, que garantiza la salud, cuidado del medio ambiente, y social, imaginándose que ese producto fuera comprado por ellos mismos cumpliendo con sus expectativas.

### ***Fundamentación teórica de la certificación orgánica***

Una de las certificaciones más requeridas para la comercialización de productos agrícolas tanto para el mercado local e internacional es la certificación orgánica.

Esto significa que es la manera en la que un agricultor puede asegurar a quienes compran sus productos, que éstos son producidos bajo normas de producción orgánica reconocidas, tanto en el ámbito nacional como internacional. La certificación marca la diferencia entre la comercialización de un producto orgánico y un producto cultivado en forma convencional (Control Union, 2017).

Para el que vende es una herramienta de mercado, mientras que para el que compra significa una garantía de confianza, verificando el cumplimiento de las normas de producción orgánica según el mercado al que va dirigido el producto.

La comercialización de un producto orgánico y un producto convencional es muy diferente en el ámbito de su producción.

Se considera producto orgánico a toda aquel producto originado en un sistema de producción agrícola o que en su transformación emplee tecnologías que, en armonía con el medio ambiente y respetando la identidad cultural, optimicen el uso de recursos naturales y socio económicos con el objetivo de garantizar una producción agrícola sostenible (Senasa, 2006).

Es un sistema de producción que da énfasis a la fertilidad del suelo, al mismo tiempo minimizan el uso de recursos no renovables, no utiliza fertilizante, ni pesticidas que causen daño al medio ambiente.

El reglamento técnico para productos orgánicos es de suma importancia. Senasa (2006) refiere que tiene como finalidad establecer lineamientos que orienten e incentiven la producción, transformación, certificación y comercialización de productos orgánicos, da la confianza a los

consumidores que estos productos cumplen con la norma técnica, garantizando la idoneidad y transparencia de los procesos de certificación de estos productos, promoviendo y asegurando la transparencia de productos orgánicos.

El requisito para el principio de la agricultura según refiere Control Union (2017) es la producción de alimentos saludables provenientes de un suelo balanceado y fértil, el terreno debe haber sido manejado de acuerdo a las regulaciones orgánicas por al menos 2 a 3 años (dependiendo del tipo de producto y de la regulación). Durante la producción y procesamiento el producto orgánico y no orgánico deben estar separados y debe prevenirse la contaminación debiendo ser inspeccionado por un organismo tercero independiente acreditado de acuerdo con el sistema de inspección establecido en la regulación aplicable. Si los requisitos han sido cumplidos se puede emitir un certificado y los logos aplicables pueden ser utilizados en los productos certificados.

## **2. Fundamentación teórica de la Cadena de Valor**

A lo largo del tiempo se ha venido desarrollando diversas cadenas productivas pero muy pocas de estas se le ha dado el enfoque de cadena de valor, siendo esta una cadena donde se integra de manera cohesionada todos los eslabones de esta desde la provisión de insumos hasta la comercialización, dando como resultado la mejora de la competitividad.

La cadena de valor es un concepto que nace en el libro “la ventaja competitiva” de Michael Porter (citado por Rojas 2015) y nos dice que para una mejor evaluación de la ventaja competitiva se tiene que visualizar detalladamente las distintas tareas realizadas en la empresa y no de una forma global observando a la organización como un todo, es por ello que nace el concepto de cadena de valor, como un mecanismo para analizar de mejor manera las actividades realizadas en la organización y su interacción.

Básicamente la cadena de valor separa a la empresa en sus actividades estratégicas más importantes para poder entender sus comportamientos como sus costos y fuentes de diferenciación logrando así desempeñar estrategias que le permita obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores. (Rojas, 2015)

De igual manera otros autores como Arimany (2010) definen a la cadena de valor como “una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa

en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor”.

El Sistema de información empresarial SIE (citado por Chávez, 2012) coincide en que es una herramienta para examinar las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan entre sí, para poder analizar las fuentes de ventaja competitiva.

Esta herramienta es muy importante ya que permite que las empresas detectar las actividades que generan directamente valor a los productos para luego analizarlas y evaluarlas si es que en realidad constituyen una ventaja competitiva para la empresa. Las actividades que logran una mejor rentabilidad y fortalece la posición de la empresa en el mercado deben impulsarse por el contrario las demás actividades se debe reducir al máximo sus costos sin perder la calidad del producto; logrando de esta manera el objetivo de la cadena de valor que es aumentar el valor de los productos mientras se reducen los costos. (Garralda, 2013)

### ***Actividades desarrolladas en una cadena de valor***

La cadena de valor se encuentra integrada por nueve eslabones genéricos de actividades interconectados entre sí y de igual forma con los proveedores, canales y compradores, asimismo con esta cadena genérica podemos observar cómo se puede llevar a cabo una cadena de valor.

Para Porter (citado por Arimany, 2010) la empresa u organización teniendo en cuenta su funcionamiento se divide en dos tipos de actividades; en primer lugar, las actividades primarias y en segundo las actividades de apoyo.

Las actividades primarias son aquellas que dan valor de manera directa a los productos por ejemplo generando una mejor calidad en los productos, costos de producción bajos, hasta puede llegar al pos servicio después de venta logrando así atraer a más consumidores. Por el contrario, las actividades de apoyo no generan de manera directa valor, en cambio lo que hace es reforzar las actividades primarias para añadir valor. (Arimany, 2010)

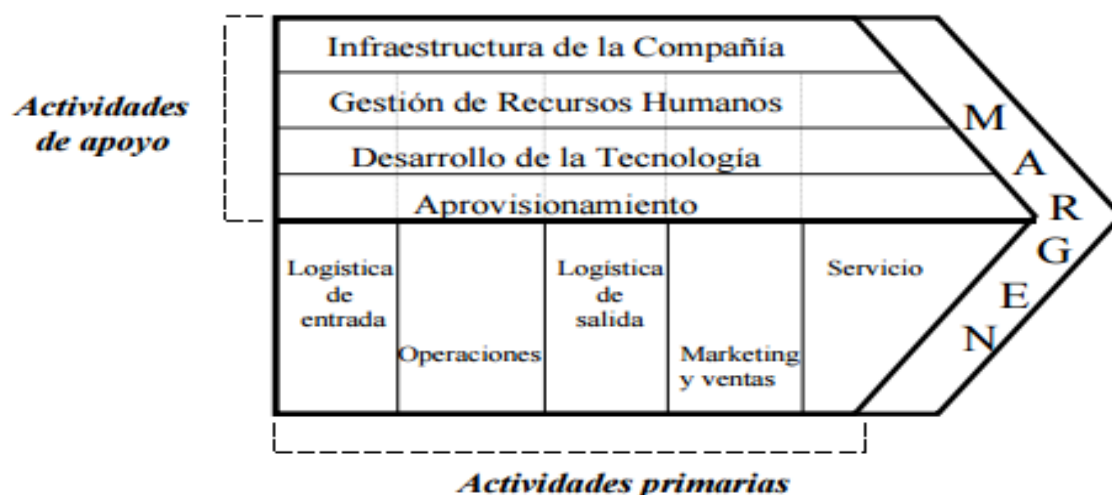


Figura 1 Cadena genérica de valor

Fuente: Porter 2006, citado por Chávez (2012). Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: El caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca.

### 1. Actividades primarias

En las actividades primarias podemos encontrar aquellas que dan valor al producto y el modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias y estas son (Arimany, 2010):

1. **Logística interna:** Está constituido por el conjunto de operaciones conformado por la recepción, almacenamiento y distribución de materias primas.
2. **Operaciones (producción):** Procesamiento de materias primas para obtener un producto final.
3. **Logística externa:** Abarca el almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto al consumidor.
4. **Marketing y Ventas:** Conjunto de actividades que tienen como objetivo dar a conocer el producto.
5. **Servicio:** Agrupa las actividades como post-venta o mantenimiento destinadas a mantener y aumentar el valor del producto.

### 2. Actividades de apoyo

Las actividades de apoyo son las que fortalecen a las actividades primarias proporcionando recursos humanos, tecnología, insumos comprados, entre otros



apoyando de esta manera a toda la cadena completa; aquí se distingue cuatro actividades de apoyo y estas son (Arimany, 2010):

**Infraestructura Organizacional:** conformado por el conjunto de actividades tales como la administración general, planeación, finanzas y contabilidad dependiendo como se encuentre la compañía la infraestructura esta puede ser una gran ventaja competitiva.

**Administración de recursos humanos:** Constituidas por actividades de investigación, contratación, capacitación y motivación de todo el personal. La administración de los recursos humanos es pieza clave para lograr desarrollar una ventaja competitiva frente a los competidores ya que este es uno de los factores que determina el grado de compromiso y desempeño de los trabajadores.

**Desarrollo Tecnológico:** Se encuentran enlazadas con el desarrollo de tecnología y la investigación teniendo como objetivo el apoyo a las diferentes áreas de la empresa.

**Adquisición u aprovisionamiento:** relacionado a la función de compras de diferentes productos como por ejemplo materias primas, maquinarias, equipos, edificios, y similares. Asimismo, dicha actividad mejora la calidad de los insumos y de igual modo a la interacción con los proveedores.

#### ***Diferencias entre cadena productiva y cadena de valor***

La fundación de cooperación al desarrollo y promoción de actividades asistenciales Chávez (2012), señala que “las cadenas productivas existen en todas partes; pero no siempre bajo el enfoque de cadena de valor”. Para lograr verdaderamente una cadena de valor se necesita un cuidadoso análisis del contexto y de los principales obstáculos, para poder elaborar un plan, desarrollando un conjunto de estrategias, logrando así la mejora de la competitividad y la equidad.

Para llevar a cabo este enfoque se necesita elementos como:

1. Niveles de confianza profunda, voluntad y compromiso de absolutamente todos los actores involucrados.
2. Es necesario la cooperación conjunta de todos los actores de la cadena para lograr los objetivos propuestos y asimismo que se desarrolle en el mejor ambiente posible de seguridad a la hora de negociar
3. La comunicación de todos los actores debe ser fluida y clara, asegurando de esta manera una buena comunicación.

4. Organización de productores.
5. Mantener una relación formal y claros acuerdos entre los actores.
6. Orientar a la cadena a la demanda de mercado
7. Articulación formal con el mercado, logrando estándares de calidad, generación de valor e innovación, entre otros.
8. Servicios de apoyo especializado para el conjunto de actores.
9. Sostenibilidad tanto social como ambiental.

### **2.3. Hipótesis**

La certificación orgánica del café (coffea arábica) de exportación ha mejorado las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016-2017.

## **Capítulo III: Metodología**

La presente tesis utiliza el método científico a través de una investigación aplicada, porque busca solucionar un problema concreto de la realidad empresarial, estudiando la incidencia de la certificación orgánica del café (Coffea arábica) de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba que contribuya a dar ventaja competitividad a la asociación a través de dicha cadena de valor.

El diseño de la investigación constituye la elaboración de un plan metodológico de estudio, determinado y organizando las estrategias y procedimientos que permitan la obtención de datos, su procesamiento, análisis e interpretación, con el objetivo de dar respuesta a los problemas planteados (Velázquez & Rey, 1999).

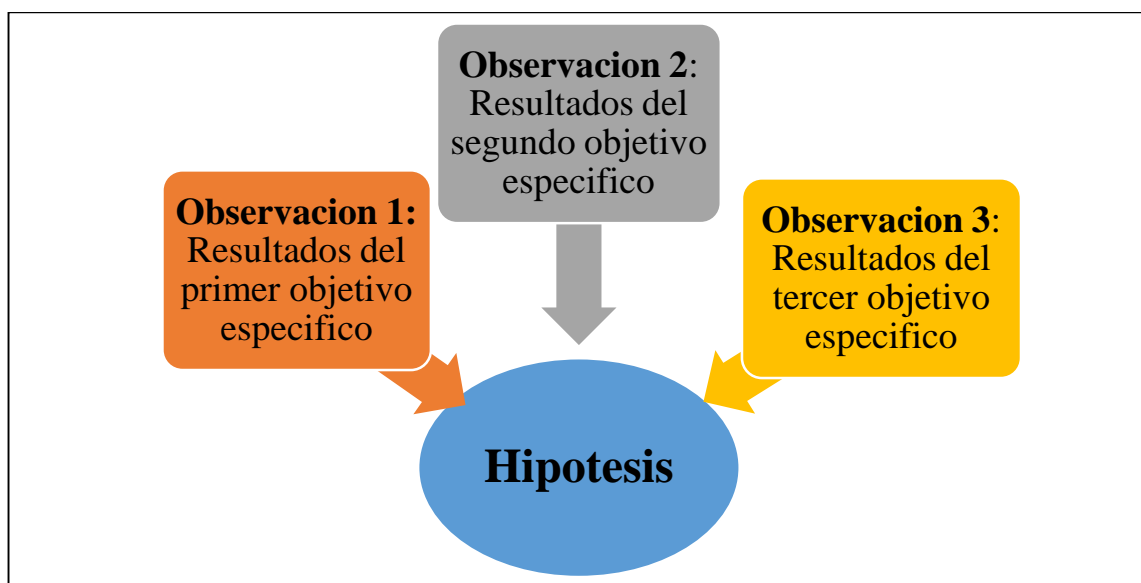
### **3.1. Nivel y naturaleza de la investigación**

La investigación tuvo un nivel no experimental, el cual se basa en la obtención de información, tal como se manifiestan las variables en la realidad, sin la influencia del investigador en su comportamiento. De acuerdo con la naturaleza de la investigación, esta no es de tipo experimental, porque no se pretende manipular el comportamiento de las variables en estudios. Reuniendo las características de ser de tipo no experimental (Velázquez & Rey, 1999), le interesa la descripción o explicación el fenómeno de la cadena de valor en una evolución de hechos por lo que será una investigación no experimental de tipo longitudinal.

¿Desde qué enfoque se observa la realidad?, ¿Es una realidad subjetiva u objetiva?, disertando así, en que método debe emplearse en una investigación de ciencias sociales ¿Cuantitativo o cualitativo?, por lo que Morgan y Smircich (1980) refieren que la contemporánea ciencia social es dominada por los compromisos con los métodos de investigación casi como definitivos en sí mismos, resultando modos abstractos de empirismo, producto de la unión de ambos métodos, cuantitativos y cualitativos, entendiéndose a este diseño como socio crítico o mixto, las ciencias sociales necesitan de esta complementariedad para estudiar mejor la realidad de las asociaciones.

### 3.2. Diseño de contrastación de hipótesis

La contrastación de hipótesis en la presente investigación fue mediante el método de la observación sistemática, debido a que la variable independiente (certificación orgánica) es cuantitativa y la variable dependiente (cadena de valor) es cualitativa, impidiendo el uso del método de análisis correlacional. Ambos métodos son propios de las investigaciones no experimentales. Por lo que la Figura 1 describe el método empleado.



*Figura 2 Contrastación de hipótesis fue mediante el método de la observación sistemática*

El método de la observación sistemática se hizo en base a los tres objetivos específicos de la presente investigación, con el fin de contrastar si la certificación orgánica del café de exportación contribuye positivamente en la cadena de valor de la Asociación Productores

Amazonas Alto Mayo, del distrito de Soritor. O se rechazará la hipótesis propuesta, concluyendo que la contribución es (hipótesis nula).

## 2. Procedimiento para seguir en la investigación

Fases del estudio en base a los objetivos	Tipo de datos	Análisis de datos	Resultados esperados
Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación.	- Actividades primarias -Actividades secundarias o de soporte.	-Diagnóstico	Conocimiento sobre las actividades de la asociación.
Identificar los costos de producción, procesamiento, transporte y comercialización del café con certificación orgánica.	-Costos en el periodo 2016 al 2017.	-Estructuración de los costos por actividades.	-Estructura de costos de la cadena de valor del café orgánico.
Identificar la relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación	-Precios de mercado -Precios de venta	-Estadística descriptiva	-Variación del precio del café con y sin certificación
Conclusiones y recomendaciones	-Resultados de la tesis	Análisis coherente de la información en función a los objetivos específicos	-Tres conclusiones y tres recomendaciones

### 3.3.Población y muestra.

La población empleada para la recolección de datos para la incidencia de la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba, año 2016 al 2017, es de 114 de las cuales, el primer estrato está conformado por 5 personas laboran formalmente para la empresa: Los principales directivos son la gerente Leydi Requejo Alfaro, el presidente Dolores Alfaro Bernal, el tesorero Carlitos Joseph Ríos Vásquez, el secretario Yover Cleyder Alfaro Peralta y el contador, haciendo una población de cinco personas, y el segundo estrato conformado por los 109 productores, sumando una población total de 114. (Tabla 3).

Tabla 1 *Muestra estratifica no probabilística*

<b>Estrato</b>	<b>N° de personas</b>	<b>Participación porcentual</b>
<b>Representantes de la asociación</b>	5	4%
<b>Productores asociados</b>	109	96%
<b>Total</b>	114	100%

La muestra fue igual al 100% de la población, por un tipo de muestreo no probabilístico de punto de saturación de 5 personas; además la investigación incorpora fuentes de información secundaria para el logro del objetivo específico dos y para la realización del objetivo tres, por esta razón la información primaria proviene de estas 5 personas (muestra). Para el estrato 2 se procederá a calcular su muestra probabilística con población definida.

Para el estrato 2 se procedió a calcular su muestra probabilística con población definida.

$$1) \quad n = \frac{(p.q).Z^2}{E^2}$$

$$n_0 = \frac{(0.5 \times 0.5) \cdot 1.645^2}{0.10^2} = 67.65$$

\* z = Grado de confiabilidad = nivel de confianza 90% = 1.645

\* e = Margen de error = 10% = 0.10

\* p = Probabilidad que ocurra = 0.5

\* q = Probabilidad que no ocurra = 0.5

El tamaño de la muestra fue de 67.65 si la población es infinita o bastante grande, pero en el caso de una población pequeña se requiere aplicar el factor de corrección para población finita.

$$2) \quad n = \frac{N \cdot n_0}{(N-1) + n_0}$$

\* N = Tamaño de la población (Estrato 2) = 109

\*  $n_0$  = tamaño de la muestra finita = 67.65

$$n = \frac{109 \times 67.65}{(109 - 1) + 67.65}$$

$$\mathbf{n = 42}$$

Se encuestó a 42 productores asociados.

### **3.4. Técnicas e instrumentos**

#### **3.4.1. Técnica**

##### **Encuesta.**

Se utilizó esta técnica de recopilación de datos acerca de hechos, objetivos, opiniones y conocimientos, basados en una interacción directa (entrevista) o indirecta (cuestionario) entre investigadores y encuestadores de la presente investigación y el encuestado (miembros de la muestra).

##### **Revisión documental**

Es una herramienta basada en fichas bibliográficas teniendo como propósito imprescindible interpretar el material impreso de la asociación objeto de estudio. Permite al investigador hacer la consulta documental, contrastar la información, y hacer un análisis histórico del problema.

#### **3.4.2. Instrumentos.**

##### **Entrevista.**

La entrevista fue el instrumento empleado para analizar las situaciones hipotéticas mediante un proceso verbal, para la investigación de campo; se aplicó una entrevista dirigida y estructurada con preguntas que se formularán a los miembros de la muestra.

##### **Cuestionario.**

Formulario impreso que los individuos responden por si mismos sirviendo de instrumento para obtener información deseada a escala masiva. Se empleó el tipo de preguntas cerradas politómicas para los productores asociados.

##### **Guía documental**

La revisión documental es una técnica que se utilizó para contrastar la cantidad de información que tenga la organización recogiendo, clasificando, recuperando y distribuyendo la información, viendo esencialmente la situación actual de la asociación analizando la información con la ayuda de especialistas, para poder llegar a una solución o alternativa.

## **Capítulo IV: Resultados y discusión**

La presente investigación planteó tres objetivos específicos, los cuales son diagnosticar las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017, el segundo fue identificar los costos de las actividades y el tercero fue identificar la relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación; empleando como instrumentos la revisión documentaria y la entrevista.

### **4.1. Diagnóstico de las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en el periodo 2016 al 2017.**

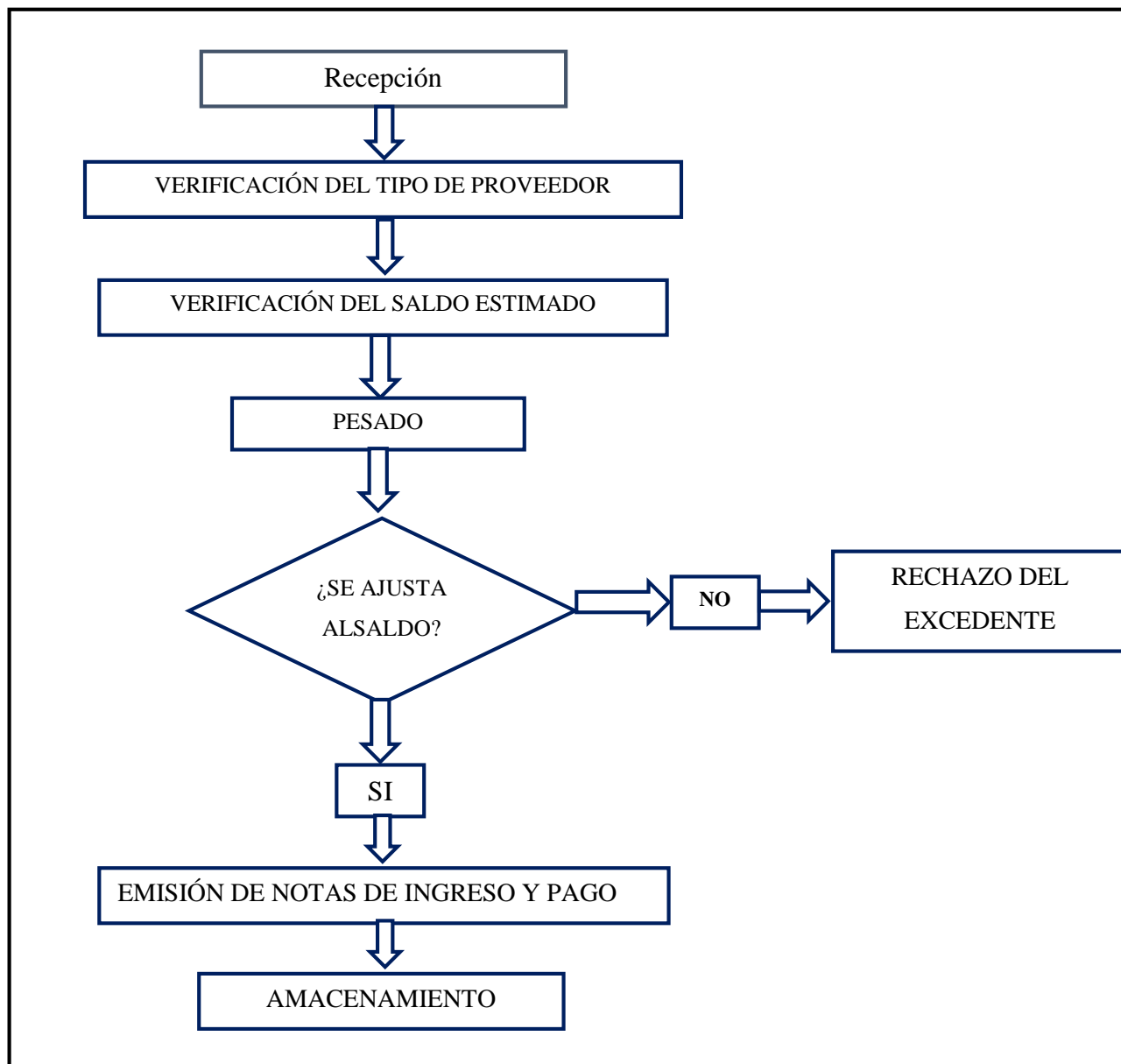
El primer objetivo es diagnosticar las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017, el cual se logró empleando como instrumento a la entrevista, que estaba conformada por ocho preguntas que permitieron calcular los ocho indicadores propuestos.

#### **4.1.1. Actividades primarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en el periodo 2016 al 2017.**

El primer indicador fue el Porcentaje rendimiento físico del producto, el cual fue calculado con la pregunta, relaciona a la logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de su asociación en el periodo 2016 al 2017.

La logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de la asociación en el año sin certificación (2016), la cual es ilustrada en la Figura 3.





*Figura 3 Logística de entrada sin certificación de la asociación.*

La logística de entrada sin certificación de la asociación inicia con la recepción del café convencional seguido por el proceso de verificación del proveedor y del saldo estimado, con su posterior pesado que debe ser comparado con el saldo, si el peso no se ajusta, la asociación rechaza el excedente, pero si el peso si se ajusta al saldo se emite notas de ingreso y se le entrega su pago al productor, y por ultimo este café convencional es almacenado.

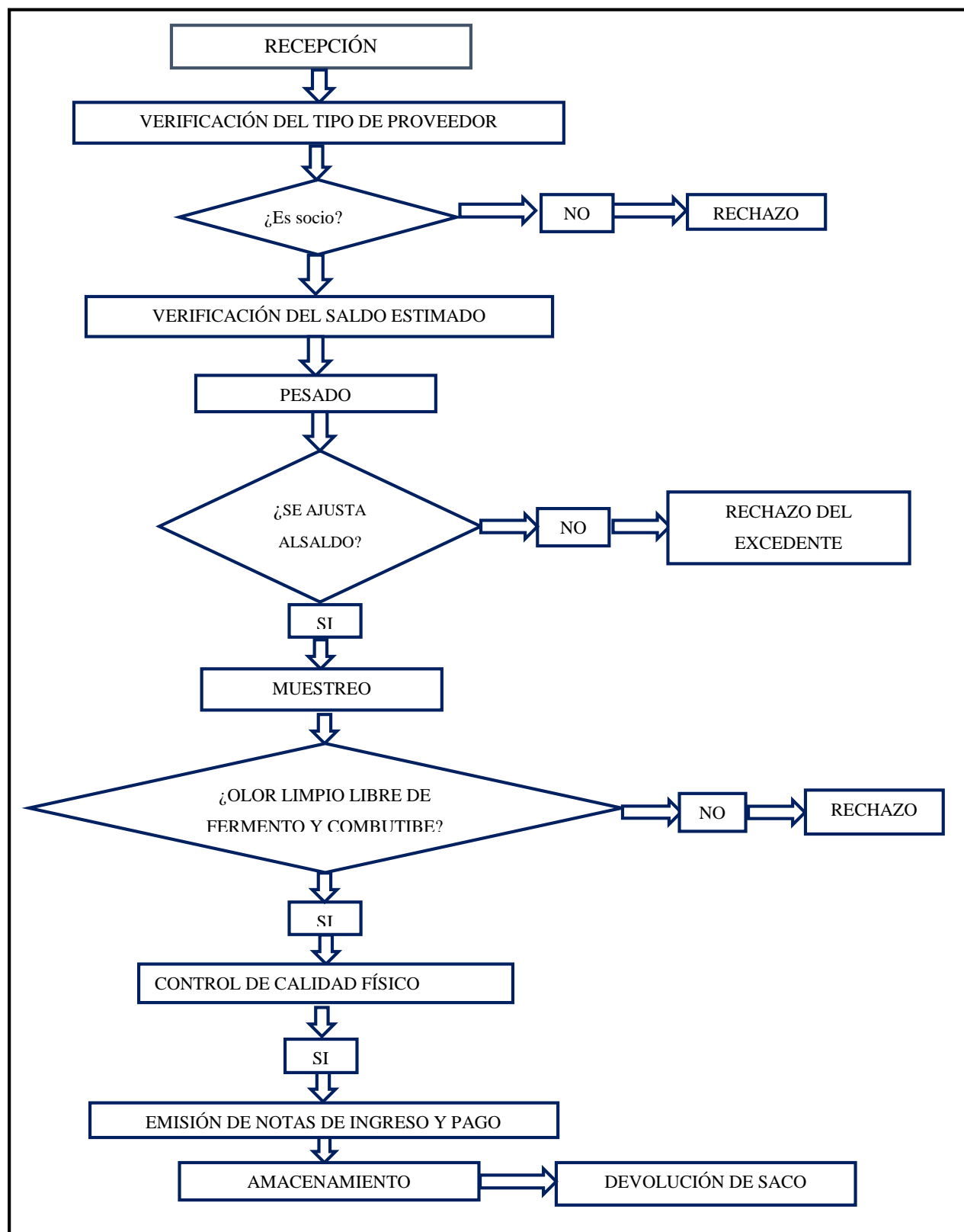
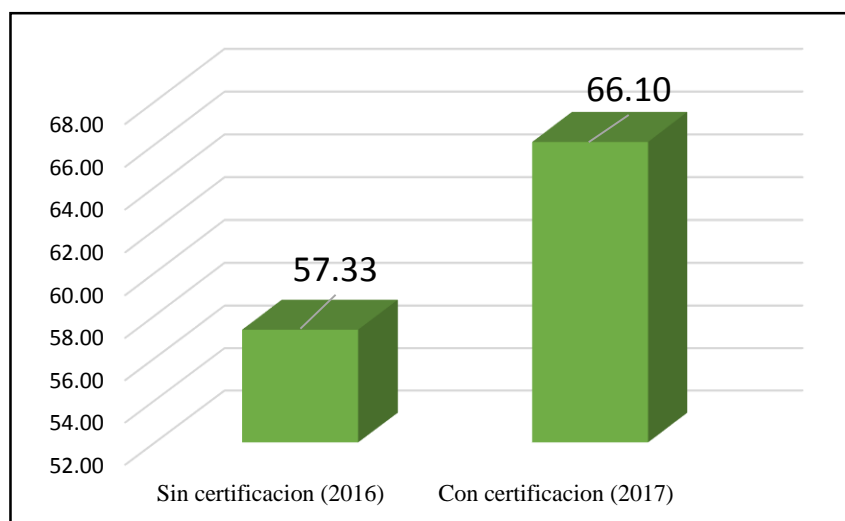


Figura 4 Logística de entrada con certificación orgánica de la asociación.

La logística de entrada con certificación orgánica inicia con la recepción del café seguido por el proceso de verificación del proveedor, si este no es socio se le rechaza el café, pero si lo es, se verifica su saldo estimado, con su posterior pesado que debe ser comparado con el saldo, si el peso no se ajusta, la asociación rechaza el excedente, pero si el peso si se ajusta al saldo, sigue el proceso de muestreo, si la muestra no está limpia y libre de fermento y combustible, se rechaza el café, pero si está limpio, sigue el control de calidad físico, si aprueba el control, se emite notas de ingreso y se le entrega su pago al productor, y por ultimo este café orgánico es almacenado.



*Figura 5 Rendimiento físico promedio del café con y sin certificación.*

En la entrevista realizada se obtuvo que el rendimiento físico de un café sin certificación es de 57.33 gramos por cada 100 gramos de muestra, el cual fue menor que el café certificado orgánico, con rendimiento de 66.10 gramos de café por cada 100 gramos de muestra.

Un resultado del cuestionario fue el número de hectáreas tienen los productores orgánicos (Figura 6).

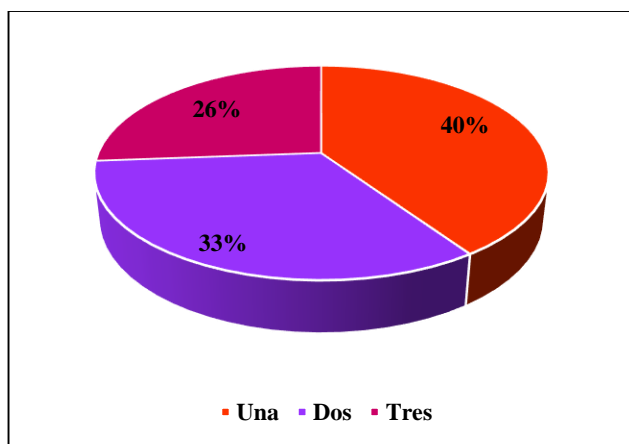


Figura 6 ¿Con cuantas hectáreas de café orgánico cuenta en el período 2016-2017?

El 26% de los encuestados indicaron que tienen tres hectáreas de café orgánico, el 33% respondió que tienen dos, seguido de un 40% con una hectárea, siendo este último el porcentaje con mayor participación de hectáreas sembradas de café orgánico.

La tercera pregunta del cuestionario se hizo respecto a las toneladas de café orgánico y convencional producidas en el año 2016 y 2017

Tabla 2 Kilogramos por hectárea al año

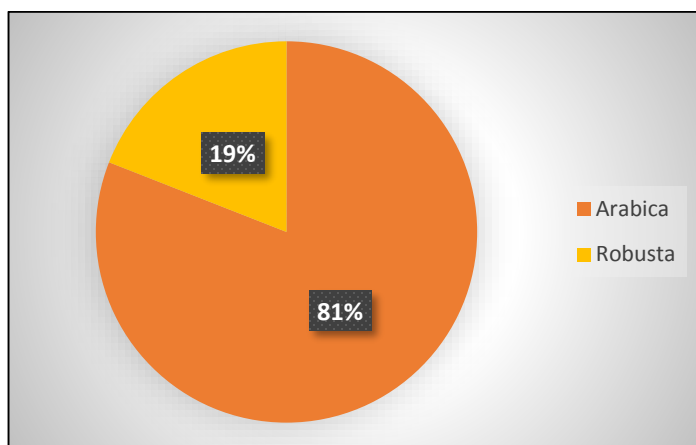
Intervalos de clase		Marca de clase	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa	
límite inferior	límite superior		Simple	Acumulada	Simple	Acumulada
799	1049	924	11	11	26%	26%
1050	1300	1175	13	24	31%	57%
01301	1551	1426	5	29	12%	69%
10552	1802	1677	9	38	21%	90%
18003	2053	1928	3	41	7%	98%
2054	2304	2179	1	42	2%	100%

00Elaborado por las autoras de la investigación.

El 26% de los productores cosecha en promedio 924 kg por hectárea al año, seguido por un 31% con 1175 Kg, 12% con 1426, 21% con 1677, 7% con 1928 y solo un 2% con un rendimiento de 2179 kilogramos.

El segundo indicador fueron las operaciones (producción o procesamiento de materias primas para obtener un producto final) de su asociación en el periodo 2016 al 2017.

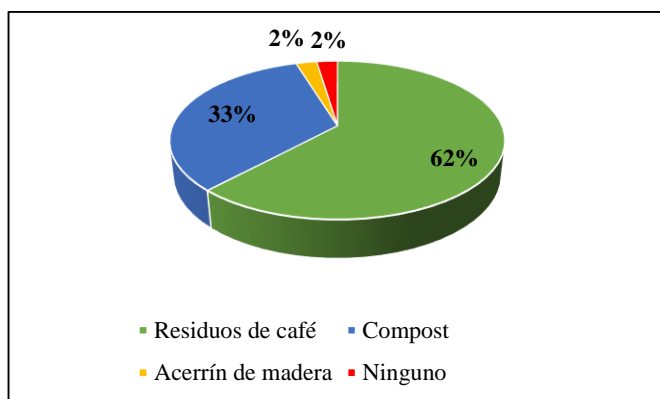
El cuestionario obtuvo que variedad de café producen los integrantes de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo (Figura 7).



*Figura 7 ¿Cuál es la variedad de café que produce?*

El 19% de los encuestados respondió que produce la variedad de café Robusta, el 81% Arábica, siendo esta la variedad, con mayor porcentaje en la participación producción de café orgánico.

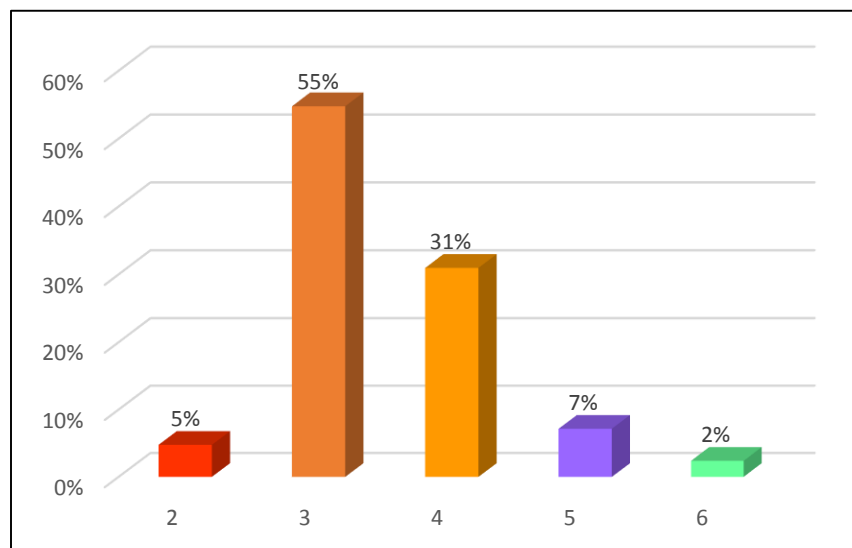
Posteriormente se identificó el tipo de abono que se usa frecuentemente para la producción de café orgánico (Figura 8).



*Figura 8 ¿Qué tipo de abono usa frecuentemente para la producción de café orgánico?*

El 2% de los asociados encuestados respondió que el abono que utiliza frecuentemente para la producción de café orgánico es aserrín de madera no tratada, seguido de un 2 % que no utiliza abonos, el 33% compost, y el 62% utiliza los residuos de café de su producción, siendo este el abono de mayor relevancia en la producción de café orgánico en la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo.

Posteriormente identificó el tiempo de duración de extracción de malezas del café (Figura 9).

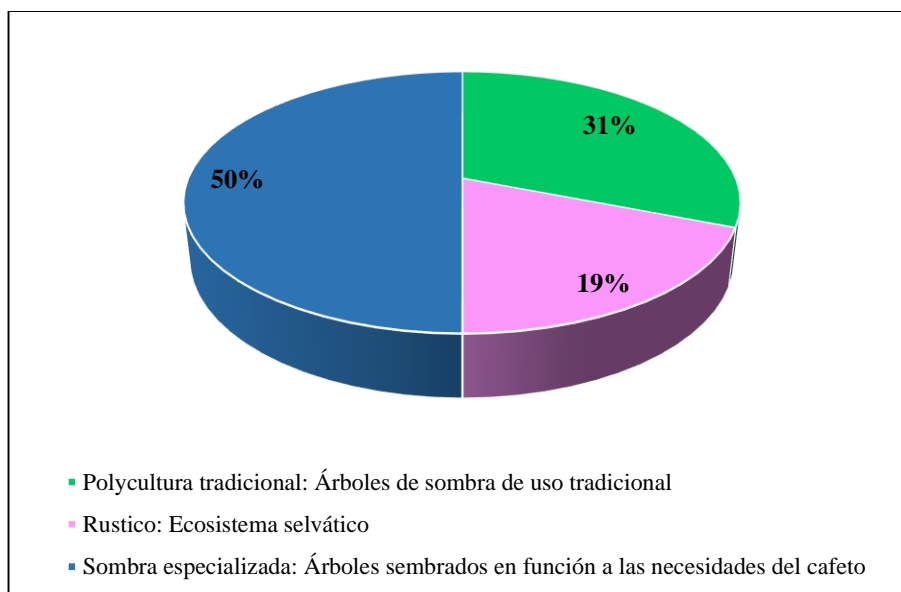


*Figura 9 ¿Cada cuánto tiempo sacan las malezas del café?*

El 2% de los caficultores encuestados respondió que hace limpieza de malezas cada 6 meses, el 5% 2 meses, 7% 5 meses, 31% 4 meses y por último y más relevante el 55% de los encuestados coincidió la realización de limpieza de malezas cada 3 meses. Los dos últimos porcentajes reflejan que de 3 a 4 meses se realizan estas labores de limpieza.

La muestra de 42 encuestados respondió que su cultivo se encuentra a 1200 m.s.n.m. siendo esta el 100% de la población, que respondieron también que los residuos de su cultivo lo incorporan al suelo, permitiendo nutrir y balancear el suelo donde será sembrado el café.

Posteriormente se identificó el tipo de sombra que utilizan en el proceso de cultivar el café (Figura 10).



*Figura 10 Sombra que se utiliza en el cultivo.*

El 19 % de los caficultores encuestados respondió que utiliza la sombra rustica – ecosistema selvático, el 31 % polycultura tradicional – árboles de sombra de uso tradicional y por último el 50% de los asociados respondió que la sombra que utiliza para la siembra de su café es la sombra especializada – árboles sembrados en función a las necesidades del cafeto.

La información obtenida en la entrevista fue sintetizada en la siguiente tabla.

Tabla 3. Factores que influyen en la producción de café convencional y orgánico

Factores que influyen en la producción de café convencional y orgánico	Orgánico	Convencional
Siembra	<p>-1200 msnm mayo a setiembre</p> <p>Abonos:</p> <p>-Pulpa de café, aserrín, restos de cultivos, abonos verdes, compost, viruta de madera no tratada con productos, roca fosfórica, permitidos por la certificación.</p> <p>-3 kg semilla pergamino orgánico. Se seleccionan las mejores semillas para una hectárea se remoja o si esta verdón se pone a germinación. A los 3 meses brotan los cafetos</p> <p>-Los cafetos se ponen en bolsitas pequeñas a los 5 meses va a campo.</p> <p>-La maduración de los frutos demora de 6 a 8 meses dependiendo de la variedad del café</p> <p>-A los dos años empieza la producción.</p>	<p>-1200 msnm mayo a setiembre</p> <p>Abonos:</p> <p>-Guano de isla, humus de lombrices, sulfato de calcio, solución de cloruro de calcio, cal magnesiana, fosfato, potasio mineral, azufre, Silvanita...</p> <p>-3 kg semilla pergamino con o sin alteración genética para una hectárea se remoja o si esta verdón se pone a germinación. A los 1 o 2 meses va al campo.</p> <p>- A los dos años empieza la producción.</p>
Cosecha	Frutos maduros y bien pintones	Frutos verdes, maduros, pintones y remaduras.
Despulpado	El mismo día	Se almacenan por varios días
Fermentado	De 12 a 18 horas	Sobre fermentan por más de 24 horas, y juntan fermento de varios días
Lavado y clasificado	Con aguas limpias	Mal lavado, dejando mucílago en el grano, no clasifican el café
Secado	Utilizan pisos de cemento	Secan en el piso o en mantas muy delgadas con humedad de 20%



La entrevista sintetizó la información del tercer indicador, el cual fue las condiciones de almacenamiento y empleando una pregunta referida a la logística externa (almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto a la empresa exportadora) de su asociación en el periodo 2016 al 2017 (Tabla 6).

Tabla 4 Condiciones de almacenamiento y distribución (logística externa)

Sub-Indicadores	Sin certificación	Con certificación
Condiciones de almacenamiento	En almacenes con olores fuertes con una humedad mayor del 20% Cuando los granos de café entran al almacén de la asociación se colocan en el piso en un almacén aislado del café orgánico, luego del despedrado, se realiza el clasificado del café, se ve el descarte..	Lugares libres de olores fuertes Una vez que los granos han llegado al almacén de la asociación se coloca el café en el piso de cemento, luego del despedregado, se realiza el clasificado del café, se ve el descarte. Luego es enviado a la empresa HVC a Lima.
Medidas de seguridad en la distribución	Durante la etapa comprendida entre la cosecha y la recepción del café en la planta no se toman muchas medidas de seguridad	Durante la etapa comprendida entre la cosecha y la recepción del café en la planta, se siguen las siguientes medidas de seguridad: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La cosecha de los granos maduros se hace con cuidado, para evitar dañarlos en la manipulación.</li> <li>• El transporte de los granos seleccionados, desde el campo hasta la planta, se hace empacado por los socios para evitar pérdidas y afectar el rendimiento de la producción.</li> </ul> <p>El grano del café, como producto terminado, debe tener un porcentaje de humedad comprendida entre 11 % y 12 %, para asegurar la inocuidad de la bebida, puesto que los hongos que producen las toxinas dañinas a la salud humana crecen en granos con porcentajes de humedad mayores que 12 % a 14%.</p> <p><i>El embalaje es en Sacos de Yute</i>          Sacos de yute con 55.2 kg. de café (verde sin tostar) con 12. % de humedad.          El transporte se realiza en contenedores con una capacidad de 375 qq de 46 Kg. (equivalente a 250 sacos de 69 Kg).</p>

El cuarto indicador fue las 4Ps, empleando una pregunta referida al marketing y las ventas de su asociación en el periodo 2016 al 2017

Tabla 5 *Indicador 4P de la actividad de marketing y ventas*

Marketing y ventas	Sin certificación (2016)	Con certificación (2017)
Producto	Se envasa en sacos de arroz	Se envasa en bolsa de polietileno hermética y posteriormente en sacos de yute
Precio	Precio promedio de acopio s/.354.91	Precio promedio de acopio s/.471.55. emplea estrategia de warrant
Promoción	Nula	Se diseñó logotipo y lema, participaciones en ferias, diseño de carta de presentación, publicidad por radio y televisión, página de Facebook
Plaza (logística)	Se vende el producto en la planta.	Se envía el producto a lima incurriendo en los gastos de transporte seguro y procesamiento del café (maquila). emplea estrategia de warrant

#### 4.1.2. Actividades secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en el periodo 2016 al 2017.

El quinto indicador fue el nivel de gestión organizacional, empleando una pregunta referida la infraestructura organizacional (administración general, planeación, finanzas y contabilidad) de su asociación en el periodo 2016 al 2017.

La primera variable para calificar la administración general es la siguiente:

Tabla 6 Calificación de administración general

Criterio	Medio de verificación	Observación	Calificativo
Tiene un gerente capacitado	-Experiencia mayor a 5 años -Estudio superior -Capacitaciones de actualización	-Cumple con tres (periodo 2016 al 2017)	-Buena

La administración general de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo en cuanto al calificativo de si la empresa tiene un gerente capacitado tiene como resultado el calificativo de bueno, ya que, cuenta con experiencia mayor a 5 años, estudios superior concluido y la actualización en capacitaciones es constante.

Para analizar la ponderacion de planeacion de una empresa, se debe empesar por conocer la produccion de planes funcionales y estretegicos.

Tabla 7 Calificación de la planeación de la asociación.

Criterio	Medio de verificación	Observación	Calificativo
Tiene una planeacion documentada	-Plan estratégico -Planes funcionales (producción y comercialización)	-Cumple con uno (2017) -No cumple con ninguno (2016)	-Regular -Mala

El año 2016 periodo en el que la asociación no contaba con la certificación orgánica, la planificación documentada tenía un calificativo de malo, porque no contaba con planeación estratégica y planeación funcional (producción y comercialización), en el año 2017 ya adquirido la certificación el proceso de planeación de la documentación mejoró, en la realización de un plan funcional.

Para analizar las fianzas y contabilidad, se debe iniciar por si esta área cumple con el objetivo de una contabilidad administrativa y financiera.

Tabla 8 Calificación de las fianzas y contabilidad de la asociación

Criterio	Medio de verificación	Observación	Calificativo
Contabilidad administrativa y financiera.	-El contador realiza una contabilidad administrativa (interna). -El contador realiza una contabilidad financiera (tributaria).	-Cumple con uno (2017) -No cumple con ninguno (2016)	-Regular -Mala

La contabilidad administrativa (interna) y financiera (tributaria) de la asociación en el año 2016 fue mala porque no realizaba una contabilidad administrativa y financiera, en el periodo 2017 la mejora es regular, porque contrato un contador para que realice la contabilidad administrativa de la empresa.

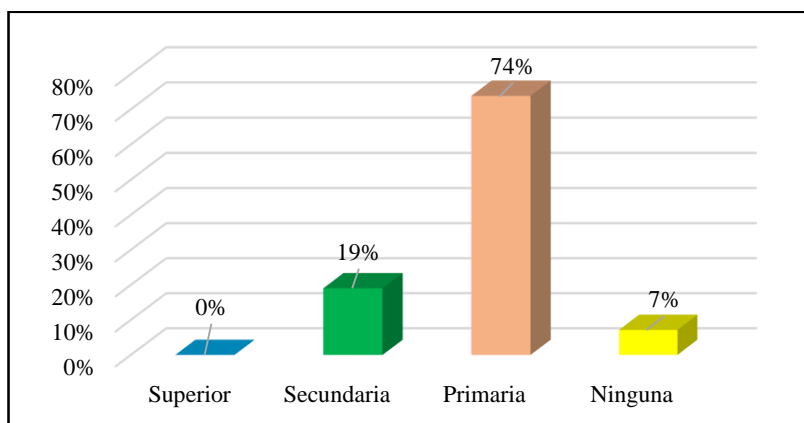
Tabla 9. Matriz de resultados del nivel de gestión organizacional

Indicador	Sub indicadores	Calificativos 2016	Calificativos 2017	Calificativo promedio
Nivel de Nivel				
capacidad (infraestructura)	administración general	-Buena	-Buena	-Mala (2016)
organizacional	Nivel de planeación	-Mala	-Regular	-Regular (2017)
	Nivel de las finanzas y contabilidad	- Mala	-Regular	

El resultado del nivel de gestión organizacional en lo referente al nivel de administración general, en el año 2016 periodo en el que la asociación no contaba con la certificación orgánica y 2017 en el que adquirió la certificación es buena, en el 2016 la planificación documentada tiene un calificativo de malo, porque no contaba con planeación estratégica y planeación funcional (producción y comercialización), en el año 2017 el proceso de planeación de la documentación mejoró regularmente, en la realización de un plan funcional.

La contabilidad administrativa (interna) y financiera (tributaria) de la asociación en el año 2016 es mala porque no realiza una contabilidad administrativa y financiera, mientras que en el periodo 2017 la mejoró, porque contrato a un contador para que realice la contabilidad administrativa de la empresa.

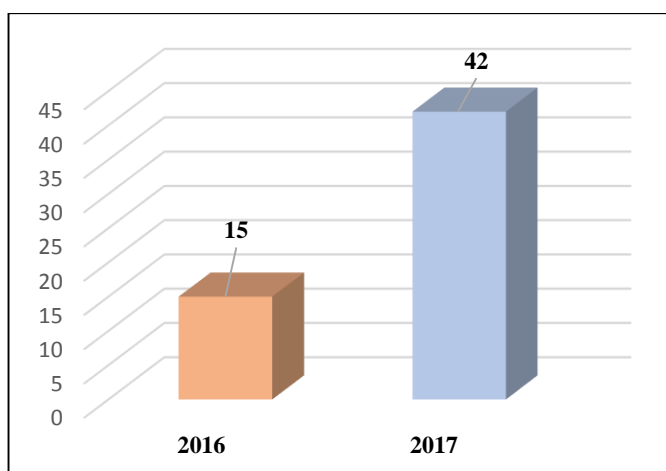
La administración de los recursos humanos es pieza clave para lograr desarrollar una ventaja competitiva frente a los competidores ya que este es uno de los factores que determina el grado de compromiso y desempeño de los trabajadores, siendo el primer aspecto relacionado al nivel de estudios alcanzados (Figura 11).



*Figura 11 Nivel de estudios alcanzados*

El 0% de la población de productores orgánicos de 42 encuestados no cuenta con estudio superior, el 19% tiene educación secundaria, el 74% primaria y por último 7% no cuenta con estudios, siendo un factor característico de las asociaciones que el nivel de estudios con mayor porcentaje sea la educación primaria.

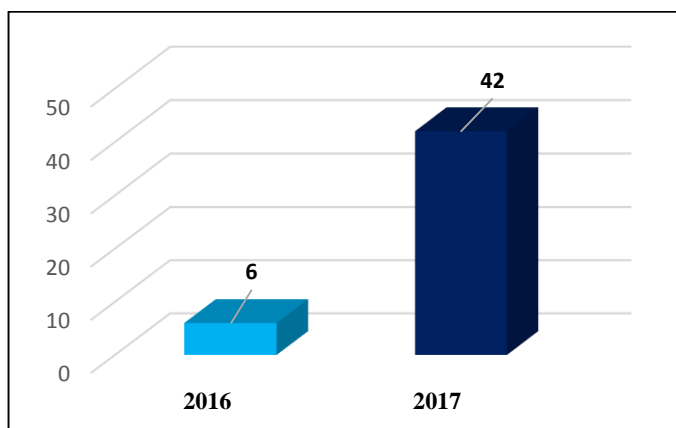
Posteriormente se preguntó si recibieron capacitaciones por parte de la asociación en los años 2016 – 2017, relacionadas al cultivo orgánico (Figura 12)



*Figura 12 ¿Han recibido capacitaciones por parte de la asociación en los años 2016 – 2017, relacionadas al cultivo orgánico?*

Los resultados de los 42 encuestados del estrato seleccionado en el año 2016, solo 15 personas recibieron capacitación en lo referente al cultivo orgánico del café y en el año 2017 la totalidad de los encuestados estuvieron involucrados en capacitaciones por parte de la asociación.

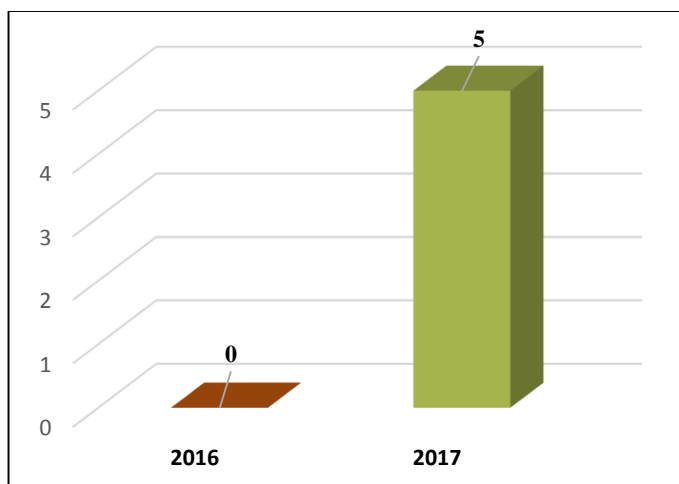
A través del cuestionario se identificó si las capacitaciones dictadas fueron acompañadas de sus familiares menores en los años 2016- 2017 (Figura 13).



*Figura 13 ¿En las capacitaciones dictadas fueron acompañado de sus familiares menores en los años 2016- 2017?*

En el año 2016 solo 6 caficultores fueron acompañados de sus familiares menores a las capacitaciones dictadas por la asociación, en el año 2017 la participación de los familiares de los agricultores fue en su totalidad dando como resultado que la caficultura orgánica es familiar y con el tiempo se seguirá conservando este tipo de cultivo.

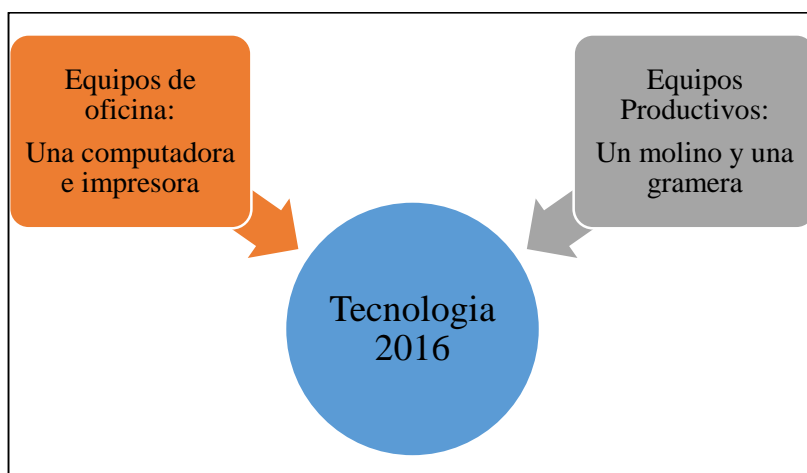
Para complementar los resultados anteriores, se preguntó en el cuestionario si la asociación realiza pasantías a organizaciones productoras de café orgánico en los años 2016 – 2017 (Figura 14).



*Figura 14 ¿La asociación realizó pasantías a organizaciones productoras de café orgánico en los años 2016 – 2017?*

En el periodo 2016 no se realizaron pasantía a organizaciones productoras de café, recién en el año 2017 5 personas pudieron hacer la pasantía, logrando adquirir y enriquecer aún más sus conocimientos sobre el sembrío de café orgánico.

El séptimo indicador es el Proceso de cambio tecnológico, el cual se obtuvo a través de la entrevista.

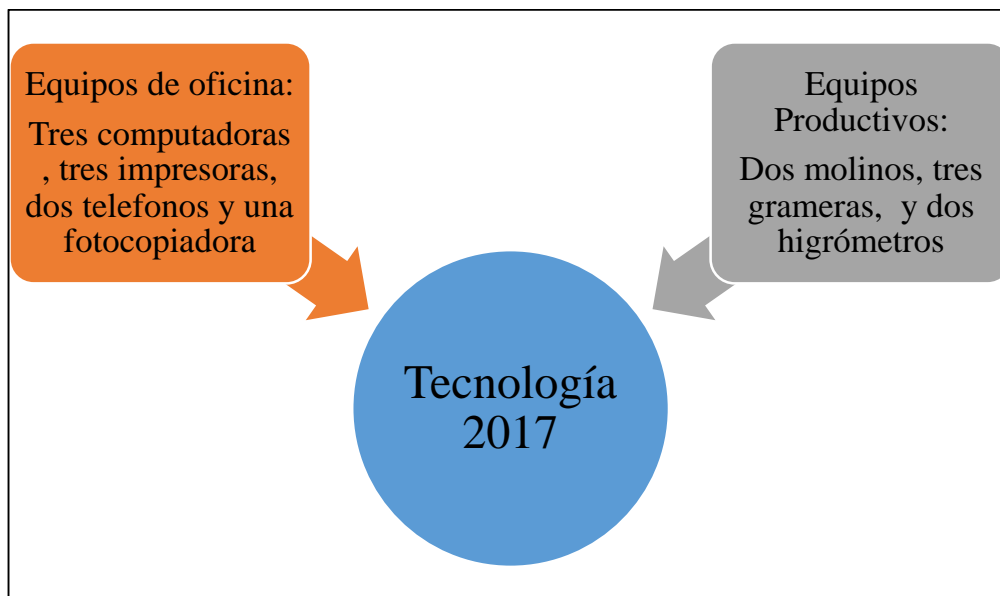


*Figura 15 Tecnología de la asociación antes de tener la certificación en el año 2016.*



La tecnología fue enfocada en equipos de oficina y productivos, estando conformado el primero por una computadora e impresora y para el segundo por un molino y una gramera.

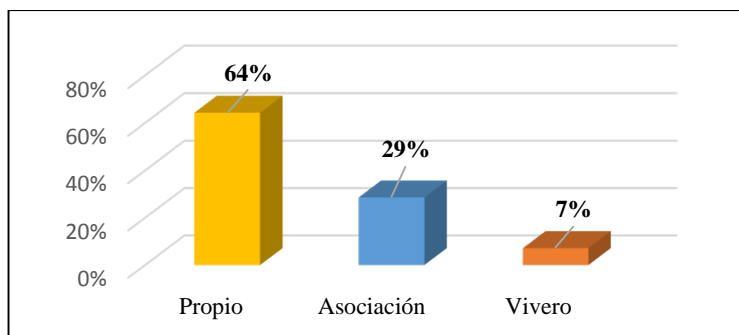
Para analizar la incidencia de la certificación orgánica se preguntó por su tecnología en el año 2017, año con certificación orgánica (Figura 16).



*Figura 16 Tecnología de la asociación después de tener la certificación en el año 2017.*

En el año 2017 en equipos de oficina se tienen tres computadoras, tres impresoras, dos teléfonos, y una fotocopidora, y en equipos productivos se tiene dos molinos, tres grameras y dos higrómetros, concluyendo que la tecnología que emplea la asociación es de tipo imitación, sin innovación e invención.

El octavo indicador es el proceso de compra y también la última actividad secundaria de la cadena de valor de la asociación. El cuestionario obtuvo como resultado de dónde se abastecen de semillas orgánicas los integrantes de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo

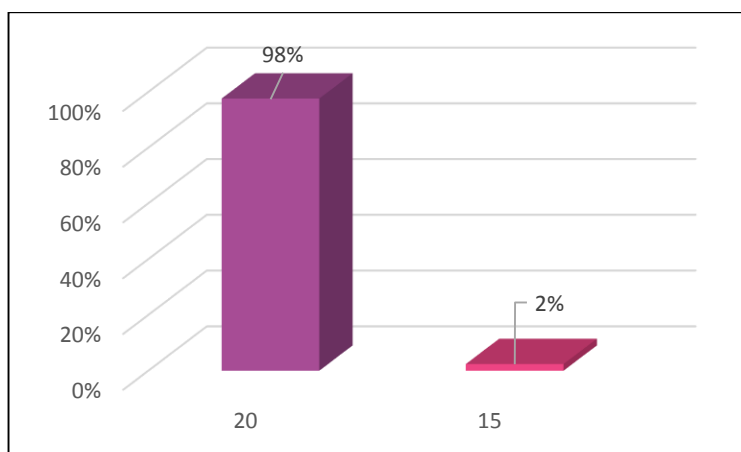


*Figura 17 ¿De dónde se abastecen de semillas orgánicas?*

El 64% de los asociados encuestados respondió que se abastece de sus propias semillas, las cuales son escogidas después de haber cosechado, el 29% de su asociación y por último el 7% se abastece de viveros que realizan la venta de

semillas orgánicas. De los asociados que se abastecen de semillas de la propia asociación tienen mayor productividad en su café al momento de cosechar.

El proceso de compra incluye al reclutamiento de personal para la producción, por lo que el cuestionario identificó el personal que requieren para sembrar una hectárea de café (Figura 18).



*Figura 18 ¿Cuánto personal requiere para sembrar una hectárea de café?*

El 98% de los integrantes de la asociación respondió que para sembrar una hectárea de café se necesita 20 personas, seguido del 2% que utiliza 15 personas.

## **4.2. Costos**

El segundo objetivo fue identificar los costos de las actividades primarias y secundarias de la asociación Productores Amazonas Alto Mayo, antes y después de la certificación orgánica, en lo referido a producción orgánica.

#### 4.2.1. Costo de cultivo del café

Tabla 10 Costo de cultivo de café convencional

COSTOS	Unidad de medida	cantidad (ha)	costo unitario	sub total	total
<b>A. COSTOS DIRECTOS</b>					
<b>TERRENO DEFINITIVO</b>					
<b>1. Mano de Obra</b>					1380
1.1. Preparación del terreno					
junta y quema(limpieza del terreno)	Jornal	5	20	100	
posear huecos para el café	Jornal	8	20	160	
surcado para sembrado	Jornal	7	20	140	
<b>1.2 Siembra o trasplante</b>					
siembra de los cafetos	Jornal	20	20	400	
<b>1.3 Labores culturales</b>					
aplicación de fertilizantes (abonos foliares y otros)	Jornal	1	20	20	
control fitosanitario	Jornal	4	20	80	
<b>1.4 cosecha</b>					
ensacado y taraje	Jornal	1	20	20	
Guardianía	Jornal	1	20	20	
arrancado (corte de mata)	Jornal	8	20	160	
Despulpado	Jornal	2	20	40	
volteo de la fermentación	Jornal	1	20	20	
Lavar	Jornal	2	20	40	
cargío a era (almacén)	Jornal	3	20	60	
Poda	Jornal	6	20	120	
<b>3. Insumos</b>					1451
<b>3.1. Semillas</b>	Kg	3	45	135	
Plantones de cafeto	millar	1	220	220	
<b>3.2. Abonamiento y fertilización</b>					
<b>3.2.1. Fertilizantes</b>					
Urea	bolsa	2	66	132	
Fosfato Diamónico	bolsa	2	97	194	
Cloruro de Potasio	bolsa	1	80	80	
<b>3.2.3. Fertilizantes Foliares</b>					
Fetrilón combi	bolsa	1	60	60	
<b>3.2.4. Agroquímicos (pesticidas)</b>					
Achazo	galón	2	200	400	
cipemex super 10 CE	bolsa	2	60	120	
Dorman	bolsa	2	55	110	
<b>5. Servicios</b>					70
transporte de semillas	viaje	1	35	35	
transporte de la producción al almacén	viaje	1	35	35	
<b>TOTALD E COSTOS DIRECTOS</b>					2901
<b>B. COSTOS INDIRECTOS</b>				2021	2021
alquiler de terreno	Hr	1	1500		
Imprevistos	Porcentaje de Costos indirectos	5%	96.25		
gastos administrativos	Persona		425		
asistencia técnica	Persona	1	0		
<b>TOTAL DE COSTOS</b>					<b>4922</b>

Fuente: MINAGRI y entrevista

La tabla muestra los costos de mano de obra directa, durante la etapa de siembra, mantenimiento, cosecha y post cosecha, además de considerar insumos para café convencional; la tabla también incluye al análisis los costos indirectos por recomendación de Minagri, debido a que la mayoría de los pequeños agricultores no lo consideran por que los consideran como costos hundidos (irrecuperables).

Tabla 11 Costo de cultivo de café orgánico

<b>COSTOS</b>	<b>Unidad medida</b>	<b>de</b>	<b>cantidad (ha)</b>	<b>costo unitario</b>	<b>sub total</b>	<b>total</b>
<b>A. COSTOS DIRECTOS</b>						
<b>TERRENO DEFINITIVO</b>						
<b>1. Mano de Obra</b>						1825
1.1. Preparación del terreno (limpieza del terreno)	Jornal		5	25	125	
posear huecos para el café	Jornal		8	25	200	
surcado para sembrado	Jornal		7	25	175	
<b>1.2 Siembra o trasplante</b>						
Almacigo	jornal		2	25	50	
siembra a mano	Jornal		20	25	500	
<b>1.3 Labores culturales</b>						
aplicación de fertilizantes (abonos foliares y otros)	Jornal		4	25	100	
control fitosanitario plagas con podas	Jornal		7	25	175	
<b>1.4 cosecha</b>						
ensacado y taraje	Jornal		3	25	75	
Guardianía	Jornal		1	25	25	
arrancado (corte de mata)	Jornal		4	25	100	
Despulpado	Jornal		2	25	50	
volteo de la fermentación	Jornal		2	25	50	
Lavar	Jornal		1	25	25	
cargó al almacén	Jornal		3	25	75	
Poda	Jornal		4	25	100	
<b>2. Insumos</b>						363
<b>2.1. Semillas</b>	Kg		3	50	150	
<b>2.2. Abonamiento y fertilización</b>						
<b>2.2.1. Fertilizantes</b>						
Roca fosfórica	Bolsas		2	25	50	
Fertisil orgánico	Bolsas		2	45	90	
<b>2.2.2. Insecticida</b>						
Bioxter (extracto natural de Capsicum)	frasco		1	73	73	
<b>3. Servicios</b>						35
transporte de la producción al almacén	Viaje		1	35	35	
<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</b>						2223
<b>B. COSTOS INDIRECTOS</b>					3307.5	3308
<b>alquiler de terreno</b>	Hr		1	2000		
	Porcentaje de					
	Costos					
<b>Imprevistos</b>	indirectos		0.05	157.5		
<b>gastos administrativos</b>	Persona			850		
<b>asistencia técnica</b>	Persona		1	300		
<b>TOTAL DE COSTOS</b>						<b>5531</b>

La tabla muestra los costos de mano de obra directa, durante la etapa de siembra, mantenimiento, cosecha y post cosecha, además de considerar insumos para café orgánico, como lo es el extracto natural de Capsicum; la tabla también incluye al análisis los costos indirectos por recomendación de Minagri, debido a que la mayoría de los pequeños agricultores no lo consideran habiéndose incrementado en comparación con el convencional, debido a que muestra un aumento de inversión para obtener un aumento de la rentabilidad de 30 centavos de dólares por cada libra de exportado.

#### 4.2.2. Costo de procesamiento del café

Se recopiló información de la revisión de la guía documentaria sobre los costos de procesamiento (adaptación del café) de la asociación en el periodo 2016 al 2017?

*Tabla 12 costo del procesamiento del café convencional*

<b><u>POR QUINTAL DE 46 KG DE CAFÉ CONVENCIONAL</u></b>			
Tipo de gasto	Costo	Moneda	Descripción
Preparación de café convencional	3.5	Dólares	Por quintal (QQ)/ de \$6 K.N.resultante
Secado hasta 15 % de humedad	20	Dólares	Tonelada de ingreso
Secado hasta 25 % de humedad	25	Dólares	Tonelada de ingreso
Secado más de 25 % de humedad	30	Dólares	Tonelada de ingreso
Trasegado y cocido	0.3	Dólares	Saco
Mezclas y envasado	0.8	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N.resultado
Reproceso por gravimétrica	1	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. ingresado
Escojo electrónico	1	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. ingresado
Llenado a granel del contenedor de 20 pies	90	Dólares	Por contenedor
Almacenamiento extemporal (se cobra a partir del día sesentiuono (61) posterior al ingreso del café a planta para su procesamiento	0.25	Dólares	Por quintal (QQ) al mes

*Fuente: Guía documentaria de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo.*

El gasto en preparación de café convencional tiene un costo de 3.5 dólares por quintal de 46 kg, el secado hasta 15 % de humedad 20 dólares por tonelada de ingreso, seguido del secado de

25 % de humedad con un costo de 25 dólares, y el secado con más de 25 % de humedad a 30 dólares por tonelada, seguido del trasegado y cocido con un costo de 0.3 dólares saco, la mezcla y el envasado a 0.8 dólares por quintal de 46 kg, reproceso por gravimétrica 1 dólar por quintal de 46 kg, escojo electrónico 1 dólar por quintal de 46 kg, luego se tiene el llenado a granel del contenedor de 20 pies a 90 dólares por contenedor y por último gasto se tiene el almacenamiento extemporal a 0.25 dólares por quintal al mes.

*Tabla 13 costo del procesamiento del café orgánico.*

<b><u>POR QUINTAL DE 46 KG DE CAFÉ CON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA</u></b>			
Tipo de gasto	Costo	Moneda	Descripción
Limpieza y pilado de cafés certificados	2.5	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N.resultante
Clasificación y selección de cafés certificados: incluye servicio de clasificado gravimétrico, selección electrónica por color, clasificación por granos y recuperaciones.	2.5	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N.resultante
Secado hasta 15 % de humedad	20	Dólares	Tonelada de ingreso
Secado hasta 25 % de humedad	25	Dólares	Tonelada de ingreso
Secado más de 25 % de humedad	30	Dólares	Tonelada de ingreso
Trasegado, cocido y marcado	0.5	Dólares	Saco
Mezclas y envasado	0.8	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N.resultado
Reproceso por gravimétrica	1	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. ingresado
Escojo electrónico	1	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. ingresado
Llenado a granel del contenedor de 20 pies	90	Dólares	Por contenedor
Almacenamiento extemporal (se cobra a partir del día sesentiuno (61) posterior al ingreso del café a planta para su procesamiento	0.2 5	Dólares	Por quintal (QQ) al mes

*Fuente: Guía documentaria de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo*

En el procesamiento del café orgánico la limpieza y pilado de cafés certificados tiene un costo de 2.5 dólares por quintal de 46 kg, la clasificación y selección es de 2.5 dólares por quintal de 46 kilogramos, el secado hasta 15 % de humedad 20 dólares por tonelada de ingreso, seguido del secado de hasta 25 % de humedad con un costo de 25 dólares, y el secado con más de 25 % de humedad a 30 dólares por tonelada, seguido del trasegado, cocido y marcado a 0.5 dólares saco, la mezcla y el envasado a 0.8 dólares por quintal de 46 kg, reproceso por gravimétrica 1 dólar por quintal de 46 kg, escojo electrónico 1 dólar por quintal de 46 kg, luego se tiene el llenado a granel del contenedor de 20 pies 90 dólares por contenedor y por último gasto se tiene el almacenamiento extemporal a 0.25 dólares por quintal al mes.

#### 4.2.3. Costo de transporte y comercialización del café convencional

Se analizó en qué costos de transporte y comercialización la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo ha incurrido en el periodo 2016 al 2017

*Tabla 14 Transporte y comercialización del convencional*

Tipo de gasto	Costo	Unidad	Descripción
Servicio de logística de acopio, control de calidad y/o almacenamiento de origen	2	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. ingresado
Seguro de Robo de Transporte Póliza de Pacifico	0.25	Porcentaje (%)	Comisión fija
Servicio de exportación (incluye costos administrativos de la empresa en el proceso de exportación, solicitud de documentos y certificados, coordinación con proveedores y reporte de gastos a el Cliente (importador). No incluye los gastos directos de exportación, aduanas, transporte ni pago por certificaciones o envío de muestra al exterior	3	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. exportado

*Fuente: Guía documentaria de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo*

El servicio logístico tiene un costo de 2 dólares por quintal de 46 kg, el seguro de robo de transporte 0.25% del valor deducible de la mercancía asegurada y el servicio de exportación que no incluye gastos directos, el cual tiene un valor de 3 dólares por quintal de 46 kg.

*Tabla 15 Transporte y comercialización del orgánico*

Tipo de gasto	Costo	Unidad	Descripción
Servicio de logística de acopio, control de calidad y/o almacenamiento de origen	2.5	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. ingresado
Seguro de Robo de Transporte Póliza de Pacifico	0.25	Porcentaje (%)	Comisión fija
Servicio de exportación (incluye costos administrativos de la empresa en el proceso de exportación, solicitud de documentos y certificados, coordinación con proveedores y reporte de gastos a el Cliente (importador). No incluye los gastos directos de exportación , aduanas, transporte ni pago por certificaciones o envío de muestra al exterior	3	Dólares	Por quintal (QQ)/ de 46 K.N. exportado

*Fuente: Guía documentaria de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo*

El servicio logístico tiene un costo de 2.5 dólares por quintal de 46 kg, el seguro de robo de transporte 0.25% del valor deducible de la mercancía asegurada y el servicio de exportación que no incluye gastos directos, el cual tiene un valor de 3 dólares por quintal de 46 kg.

#### **4.2.4. Costo de implementación de la Certificación Orgánica**

Los costos de la implementación orgánica fueron emitidos por la certificadora Control Unión Perú S.A.C ubicada en la Av. Petit Thouars Nro. 4653 Piso 6 – Miraflores Lima, costos que fueron extraídos mediante revisión documentaria.

*Tabla 16 Costo de implementación de la Certificación Orgánica*

Gastos	Monto en dólares
Costo de adecuación del terreno	\$20,000.00
Inspección y certificación orgánica 2017	\$3,600.00
Inspección y certificación C.A.F.E. Practices 2017	\$2,400.00
Courier (envío de documentos)	\$5.00
SUB-TOTAL	\$26,005.00
IGV	\$1,080.90
TOTAL	\$27,085.90

*Fuente: Guía documentaria de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo.*



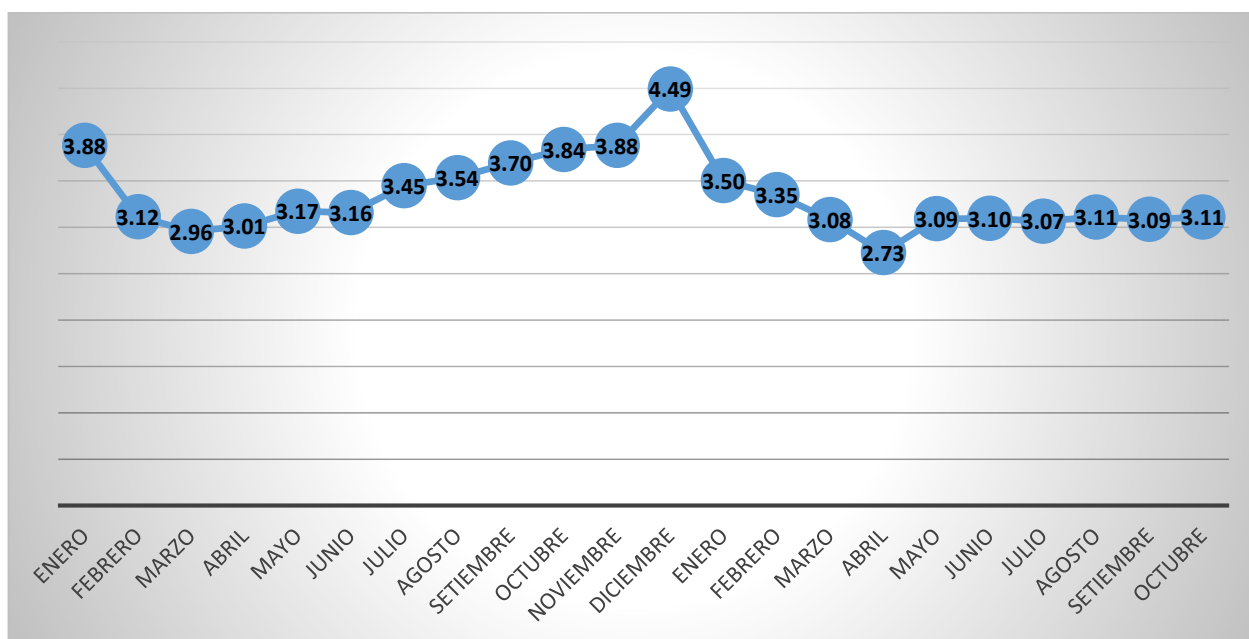
Los costos de adecuación del terreno son de 20000 dólares, seguido de la inspección y certificación orgánica 2017 de 3600 dólares, inspección y certificación café Practices 2400 dólares, envío de documentos 5 dólares, dando como resultado un sub total de 26005, al cual se le suma el IGV del 18% de las inspecciones y el courier 1080.90 dólares, dando como resultado un total de 27085.90 dólares que cuesta la implementación de la certificación.

### 4.3. Precios

El tercer objetivo específico fue identificar la relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación en el periodo 2016 al 2017.

Este objetivo se logró empleando tres análisis, siendo el primero el relacionado a los precios de exportación en FOB de Perú por Kilogramo, el segundo en función a los precios de la bolsa de valores y el tercer haciendo una diferencia entre el convencional y el orgánico.

#### 4.3.1. Precios de exportación en FOB de Perú por Kg



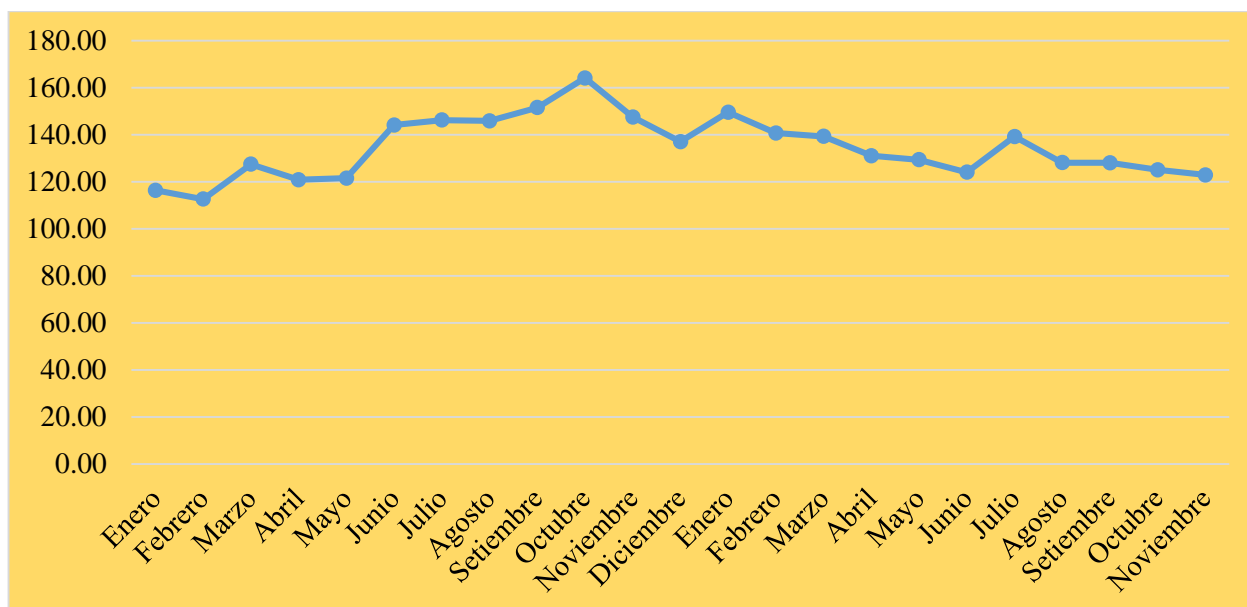
*Figura 19 Precios de exportación en FOB de Perú por Kg*

*Fuente: Elaboración Propia*

El precio promedio de la serie de tiempo empleada es de 3.33 dólares, además más del 50% de los precios considerados supera el valor de 3.13 dólares por kilo, el precio promedio con mayor

frecuencia fue de 3.88 dólares con una desviación estándar de 0.41 dólares, con un coeficiente de variación de 12% (menor a 33%), deduciéndose que los diferentes precios son más homogéneos.

#### 4.3.2. Precio De La Bolsa De Valores Del Café En Centavos De Dólar Por Libra.



*Figura 20 Precio De La Bolsa De Valores Del Café En Centavos De Dólar Por Libra.*

*Fuente: Elaboración Propia*

El precio promedio de la serie de tiempo empleada es de 134.46 centavos de dólar, además más del 50% de los precios considerados supera el valor de 131.05 centavos de dólar, con una desviación estándar de 12.92 centavos, con un coeficiente de variación de 9.62% (menor a 33%), deduciéndose que los diferentes precios son más homogéneos.

### 4.3.3. Precio de la bolsa de valores del café en centavos de dólar por libra de orgánico y convencional en el periodo 2016 al 2017

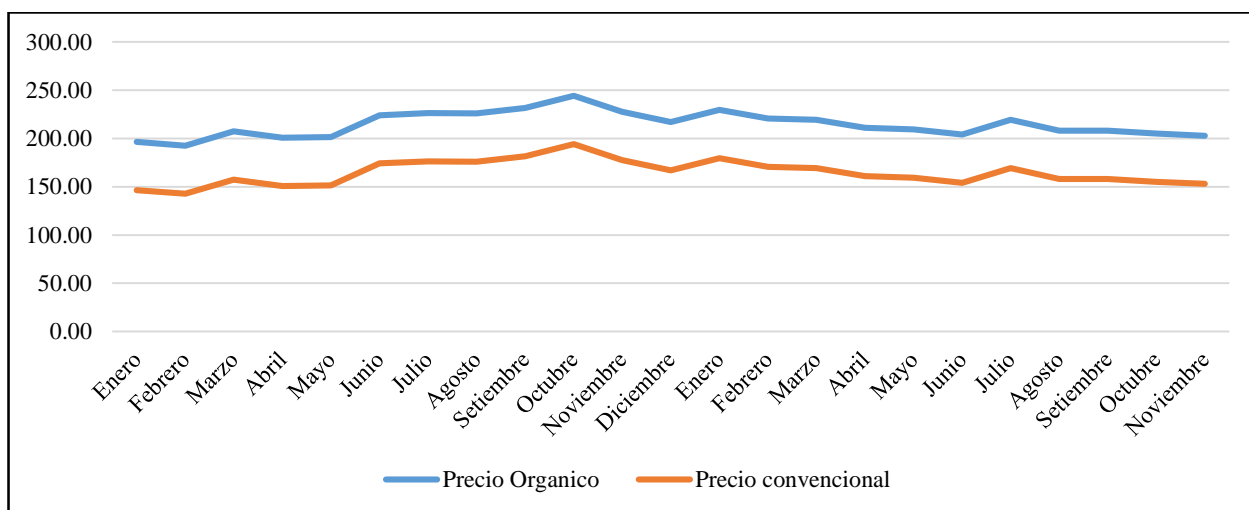


Figura 21 Precio de la bolsa de valores del café en centavos de dólar por libra, de orgánico y convencional en el periodo 2016 al 2017

Fuente: Elaboración Propia

Los precios muestran un comportamiento estable con un precio mínimo del convencional de 112.65 centavos y un máximo de 164.15, a diferencia del orgánico que es de 143 y 194 centavos respectivamente.

La octava pregunta del segundo indicador fue la razón principal para sembrar café orgánico (Figura 22)

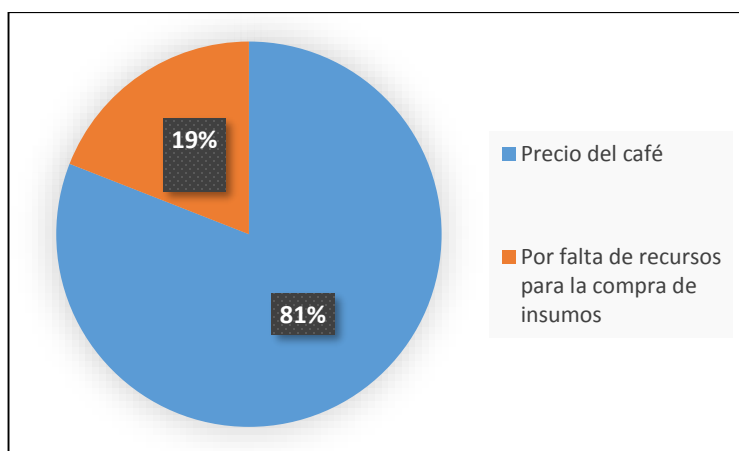


Figura 22 ¿Cuál es la razón principal para sembrar café orgánico?

El 81% de los encuestados de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, la principal razón para sembrar café orgánico estuvo influenciada por el precio, y el 19% de la población respondió que la falta de recursos para la compra de insumos era su principal obstáculo.

La catorceava pregunta del segundo indicador fue si consideran que el cultivo orgánico es más rentable que el café convencional, los 42 encuestados respondieron que sí, es rentable, dado que les pagan más por la calidad de su café y cada vez más son los países que demandan de este producto, al ofrecer café orgánico se está cuidando el medio ambiente y la salud del consumidor, además de beneficiarse de las oportunidades que da este producto.

#### **4.4. Discusión**

La presente investigación se planteó tres objetivos específicos, los cuales fueron diagnosticar las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017, el segundo fue identificar los costos de las actividades y el tercero fue identificar la relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación.

Empleando como base teórica a la teoría de información asimétrica, el costo de señalización, la teoría de sentimientos morales, certificación orgánica y la cadena de valor con el enfoque competitividad de Porter, las cuales son las bases de discusión.

En comparación con el antecedente que proporciona Mcburney,(2010), el cual hace referencia al conocimiento de las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor, en la cual menciona que un producto gana valor en cada eslabón de la cadena, sirve para analizar las actividades de una cadena y cómo una empresa puede agregar valor a su producto, al asumir más actividades las cuales incluyen la producción, el diseño, el marketing, la entrega y el apoyo al producto, en similitud con la presente investigación que hizo un diagnóstico de la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo en la cual la certificación orgánica ha influido positivamente desde que fue implementada.

Posteriormente con respecto al objetivo de costos Soletto y Cruz, (2017) proporciona como antecedente que la empresa exportadora paga los costos de certificación y obtiene los papeles que lo certifican como orgánico, y en consecuencia lo exporta como tal, sin embargo, aunque los productores saben que son orgánicos, no tienen forma de demostrarlo, los productores certificados

orgánicamente mejoran su posición en la cadena de valor al obtener precios más altos y, por lo tanto, mejores rentas, y con ello escapar de la pobreza, aumentar el poder de negociación de los productores para así cambiar la situación captiva en la que se encuentran dentro de la cadena de valor, permitiendo el acceso a crédito con buenas condiciones para que puedan pagar el costo de la certificación; de esta forma podrían procesar y comercializar ellos mismos el café pergamino dándole un valor añadido; en comparación con la presente investigación que ha realizado estructuras de costos de cultivo por temporada, de procesamiento, de transporte y de implementación de la certificación, a diferencia de Mcburney, (2010) quien refiere que la cadena de valor divide la empresa o empresas en actividades estratégicamente relevantes para entender los costos y las fuentes de la diferenciación existentes y potenciales, si los cafetaleros agregan valor, reciben un precio mayor. Finalmente en el tercer objetivo de precios en antecedente que proporciona Mcburney, (2010) que hace referencia a que una pequeña organización cafetalera puede comprar maquinaria para tostar el café y luego venderlo bajo su propia marca en el mercado, este café terminado recibirá un mayor precio y la mayoría de la ganancia se quedará ya no con los intermediarios sino en la comunidades cuyos productores lo cultivan y procesan, a diferencia de la presente investigación que analizo los precios de exportación en FOB de Perú por kilogramo de café, los precios de la bolsa de valores del café en centavos de dólar por libra y Precio De La Bolsa De Valores Del Café en centavos de dólar por libra de orgánico y convencional en el periodo 2016 al 2017, además que a través del cuestionario realizado a los productores de la asociación que para el 81% la principal razón para sembrar café orgánico estuvo influenciada por el precio, y el 19% de la muestra respondió que la falta de recursos para la compra de insumos era su principal obstáculo.

La contrastación de hipótesis en la presente investigación fue mediante el método de la observación sistemática, debido a que la variable independiente (certificación orgánica) es cuantitativa y la variable dependiente (cadena de valor) es cualitativa, impidiendo el uso del método de análisis correlacional. Ambos métodos son propios de las investigaciones no experimentales, el método empleado se describe en la Figura 1.

La contrastación de hipótesis se discute en la siguiente tabla

Tabla 17 Discusión de resultados contrastando hipótesis

Hipótesis planteada	Teorías empleadas	Experiencias obtenidas	Observaciones
La certificación orgánica del café (coffea arábica) de exportación ha mejorado las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016-2017.	<p>-La teoría de información asimétrica, el costo de señalización, la teoría de sentimientos morales, certificación orgánica</p> <p>-La cadena de valor con el enfoque competitividad de Porter</p>	<p>- Diagnóstico de las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo.</p> <p>- Estructura de costos en base a actividades</p> <p>- Relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación en el periodo 2016 al 2017.</p>	<p>- En el año 2016 periodo en el que la asociación no contaba con la certificación orgánica, la planificación documentada tenía un calificativo de malo, porque no contaba con planeación estratégica y planeación funcional (producción y comercialización), en el año 2017 ya adquirida la certificación el proceso de planeación de la documentación mejoró regularmente, en la realización de un plan funcional, demostrando las mejoras las actividades de la cadena de valor de la Asociación.</p>

El método de la observación sistemática se hizo en base a los tres objetivos específicos de la presente investigación, obteniendo como resultado que la certificación orgánica del café de exportación si ha mejorado las actividades de la cadena de valor de la Asociación, del distrito de Soritor. rechazando la hipótesis nula.

No es adecuado afirmar que la hipótesis obtenida siempre será acertada, en las empresas de este sector, principalmente el éxito o fracaso estará a cargo de la administración responsable de ejecutar las actividades recomendadas correctamente.

#### **4.5. Conclusiones**

1. En actividades primarias, el rendimiento físico de un café convencional es menor a rendimiento de un café orgánico, dado que el 40% de los cafetaleros cuenta con 1 hectárea de café ,los cuales siembra la variedad Arábica, y en actividades secundarias, en el año 2016 periodo en el que la asociación no contaba con la certificación orgánica, la planificación documentada tenía un calificativo de malo, porque no contaba con planeación estratégica y planeación funcional (producción y comercialización), en el año 2017 ya adquirida la certificación el proceso de planeación de la documentación mejoró regularmente, en la realización de un plan funcional.
2. Los costos de cultivo por hectárea de un café convencional son s/.4922, menores a los de un café orgánico con un costo de s/. 5531; los costos de procesamiento de un café convencional son diferentes a los de un orgánico debido a que este último incluye el costo de limpieza y pilado; y costo de servicio de clasificado gravimétrico; en los costos de comercialización y transporte la diferencia se encuentra en que el orgánico se paga \$0.5 por control de calidad (por quintal).
3. El precio de un café convencional es menor ,al precio de un café orgánico según el análisis en la bolsa de valores y el mercado de exportación, los precios muestran un comportamiento estable con un precio mínimo del convencional de \$112.65 centavos y un máximo de \$164.15, a diferencia del orgánico que es de \$143 y \$194 centavos respectivamente.

#### **4.6. Recomendaciones**

1. Se recomienda a la asociación centrarse en el core business que son las actividades primarias de la cadena de valor, además debería pedir mayor asesoría en las actividades secundarias a instituciones públicas y privadas.
  
2. La asociación debe emplear un costeo ABC (costeo basado en actividades) debido a que es aplicable a todo tipo de funciones de la organización y no solo en la función de producción, sino también en la de cultivo, procesamiento, transporte e implementación de la certificación, este costeo sinistrará una mayor claridad sobre procesos a la asociación, otorgando mayor visibilidad de los costos, posibilitando la eliminación de actividades que no generan valor añadido, pudiendo la asociación identificar, evaluar e implementar las nuevas actividades.
  
3. La asociación debe considerar que no tiene el poder para fijar el precio en el mercado del café, sino que es solo un precio aceptante del ofertado en la bolsa de valores más el de la prima, debiendo optar por la estrategia de diferenciación en base a calidad.



## REFERENCIAS

- Akerlof, G. (1970). *the market of Lemons: Qualitative uncertainty and the market mechanism*. California: Quarterly journal of economics.
- Arimany, L. (2010). Retrieved from La cadena de valor: <http://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Chávez, J. (2012). *Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: el caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca*. Oaxaca de Juárez: Instituto tecnológico de Oaxaca.
- Control Union. (2017). *Programas de Certificación Perú*. Retrieved from <http://www.cuperu.com/portal/en/programas-de-certificacion/organico>
- Controlunion. (n.d.). <http://www.cuperu.com>. Retrieved from <http://www.cuperu.com/portal/en/programas-de-certificacion/organico>
- Cueva Benavides, A. D. (2013). Producción orgánica en la pequeña agricultura Peruana: caso café cacao San Martín liderando comercio orgánico.
- Cueva, A. (2013, Agosto). *Universidad Nacional de San Martín*. Retrieved from <http://www.unsm.edu.pe>: <http://www.unsm.edu.pe/articulos.php?idarticulo=34>
- Cueva, A. D. (2013). Producción orgánica en la pequeña agricultura Peruana: caso café cacao San Martín liderando comercio orgánico. *Universidad Nacional de San Martin*. Retrieved from <http://www.unsm.edu.pe/articulos.php?idarticulo=34>
- Food and agriculture organization (FAO). (2017). *food and agriculture organization of the united nations*. Retrieved from <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>
- Garralda, J. (2013). *La cadena de valor*. Retrieved from Ie publishing: <http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/cdv/cdv/Cadena%20de%20valor.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017, junio 30). Retrieved from <http://webinei.inei.gob.pe:8080/SIRTOD/inicio.html#app=8d5c&49c3-selectedIndex=1&93f0-selectedIndex=1>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Población*. Retrieved from <http://webinei.inei.gob.pe:8080/SIRTOD/inicio.html#app=8d5c&49c3-selectedIndex=1&93f0-selectedIndex=1>
- Mazariegos, Águila, Pérez, & Cruz. (2013). El control interno de una organización productora de café certificado en Chapas. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 460- 470. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/141/14127709007.pdf>
- Mazariegos, Águila, Pérez, & Cruz. (2013). EL CONTROL INTERNO DE UNA ORGANIZACIÓN PRODUCTORA DE CAFÉ CERTIFICADO EN CHIAPAS. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 460- 470. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/141/14127709007.pdf>
- Mcburney, M. W. (2010). *Las cadenas de valor de café orgánico/Comercio y su impacto en el desarrollo local*. Quito. Retrieved from <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3928/1/TFLACSO-2010MWM.pdf>
- Mcburney, M. W. (2010). *LAS CADENAS DE VALOR DEL CAFÉ ORGÁNICO/COMERCIO JUSTO DE INTAG Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL*. Quito. Retrieved from <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3928/1/TFLACSO-2010MWM.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). (2016). *Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias*. Retrieved from <http://siea.minag.gob.pe:8080/siea/sites/default/files/produccion-agricola-pecuaria-avicola-dic2016.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). (2017). *Minagri estadísticas*. Retrieved from <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=publicaciones/anuarios-estadisticos>

Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). *Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias*.

Retrieved from <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=publicaciones/anuarios-estadisticos>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2017). *INFOTRADE*. Retrieved

from <http://infotrade.promperu.gob.pe/>: <http://infotrade.promperu.gob.pe/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *INFOTRADE*. Retrieved from

<http://infotrade.promperu.gob.pe/>

Morgan, G., & Smircich, L. (1980, Octubre 5). *IPAA*. Retrieved Febrero 15, 2016, from IPAA:

<http://www.ipaa.ir/files/site1/pages/morgan%20the%20case%20for%20qualitative%20research.pdf>

Morgan, G., & Smircich, L. (1980). *Metodología IPAA*. Retrieved from

<http://www.ipaa.ir/files/site1/pages/morgan%20the%20case%20for%20qualitative%20research.pdf>

Nebot, C. (2015, 02 05). *monempresarial*. Retrieved from <http://monempresarial.com>:

<http://monempresarial.com/es/2015/02/05/problemes-informacio-senyalitzacio-desafeccio/>

Nebot, C. (2015). *Sistema empresarial*. Retrieved from <http://monempresarial.com>:

<http://monempresarial.com/es/2015/02/05/problemes-informacio-senyalitzacio-desafeccio/>

Ramírez Medina, P. M. (2013). *ESTUDIO DE CASO DE LA CADENA DE VALOR*

*COMPUESTA POR LOS PRODUCTORES DE KISHUARÁ, CAPAC PERÚ Y POR LOS PRODUCTORES DE KISHUARÁ, CAPAC PERÚ Y SUPERMERCADOS PERUANOS.*

2009 - 2013. Lima. Retrieved from

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5440/RAMIREZ\\_MEDINA\\_PAOLA\\_RELACIONES\\_ANAQUELES\\_2.pdf?sequence=3](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5440/RAMIREZ_MEDINA_PAOLA_RELACIONES_ANAQUELES_2.pdf?sequence=3)

Ramírez, P. M. (2013). *Estudio de caso de la cadena de valor compuesta por los productores de*

*Kishuará, Capac Perú y supermercados peruanos*. Lima. Retrieved from

- [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5440/RAMIREZ\\_MEDIANA\\_PAOLA\\_RELACIONES\\_ANAQUELES\\_2.pdf?sequence=3](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5440/RAMIREZ_MEDIANA_PAOLA_RELACIONES_ANAQUELES_2.pdf?sequence=3)
- Requejo, L. (2017). Entrevista sobre la Asociacion de Productores Amazonas Alto Mayo. (I. d. Ríos, Interviewer)
- Rojas, D. (2015). *Scribd*. Retrieved from Michael Porter Cadena de Valor: <http://es.scribd.com/doc/271774992/Michael-Porter-Cadena-de-Valor#scribd>
- Senasa. (2006, 7 14). *D.S 044-2006-AG Reglamento Técnico para productores Orgánicos del Perú*. Retrieved from <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico>
- Senasa. (2006). *D.S 044-2006-AG Reglamento Técnico para productores Orgánicos del Perú*. Retrieved from <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico>
- Smith, A. (1759). *teoría de los sentimientos morales*. Londres: Alianza editorial Madrid.
- Smith, A. (1759). *teoría de los sentimientos morales*. Londres: Alianza editorial Madrid.
- Smith, A. (1759). *Teoría de los sentimientos morales*. Londres: Alianza editorial Madrid.
- Soletto, I. T., & Cruz, J. (2017). ¿Quién se beneficia de las certificaciones de café orgánico? El caso de los campesinos de La Sepultura, Chiapas. *Revista Pueblos y fronteras*, 118 -140. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/906/90651144006.pdf>
- Spence, M. (1973). *Job Market Signaling*. Quarterly journal of economics.
- Super Intendencia Nacional de Administracion Aduanera y Tributaria (SUNAT). (2017). *Operatividad Aduanera*. Retrieved from [www.sunat.gob](http://www.sunat.gob)
- Superintendencia Nacional de Administracion Aduanera y Tributaria. (2017). *Operatividad Aduanera*. Retrieved from [www.sunat.gob](http://www.sunat.gob)
- Urday Salomon , G. (2017, Abril 21). Cadena de valor de la empresa Promotora y Servicios Lambayeque S.A.C. (N. P. Lizana Guevara , Interviewer)
- Velázquez , A., & Rey, N. (1999). *Metodología de la investigación* . Lima: San Marcos.



#### 4.7. Anexos

##### ANEXO 01



### CUESTIONARIO PARA AGRICULTORES DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AMAZONAS ALTO MAYO DE LA PROVINCIA DE MOYOBAMBA

**Objetivo específico:** Analizar las actividades del proceso de cultivo orgánico desde el enfoque de productores (agricultores).

**Unidad de investigación:** 42 productores asociados

**Tipo de cuestionario:** Cuestionario grupal y anónimo

**Instrucción:** marque con un (X) donde corresponda. Lugar: \_\_\_\_\_

**1. Nivel de Estudios Alcanzado:**

- |                  |                          |
|------------------|--------------------------|
| 1. PRIMARIA      | <input type="checkbox"/> |
| 2. SECUNDARIA    | <input type="checkbox"/> |
| 3. UNIVERSITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. TECNICA       | <input type="checkbox"/> |
| 5. NINGUNA       | <input type="checkbox"/> |

**6. ¿Con cuantas hectáreas de café cuenta?**

Nº de hectáreas orgánicas	
Nº de hectáreas convencional	
<b>Total</b>	

**7. ¿Cuántas toneladas de café convencional ha producido usted en el año 2016?**

Toneladas de café convencional en el año 2016 por hectárea	
--	--

**8. ¿Cuántas toneladas de café orgánico ha producido usted en el año 2017?**

Toneladas de café orgánico en el año 2017 por hectárea	
--	--

**9. ¿Cuál es la variedad de café que produce?**

1. Robusta ☐
2. Arábica ☐
3. Otros especificar \_\_\_\_\_
4. ¿De dónde se abastecen de semillas orgánicas?
5. Viveros ☐
6. Tiendas autorizadas ☐
7. De su asociación ☐
8. De sus propios cultivos ☐
9. Otros especifique \_\_\_\_\_
10. ¿Qué tipo de abono usa frecuentemente para la producción de café orgánico?
1. Aserrín de madera ☐
2. Abono de residuos de café ☐
3. Compost o compostaje ☐
4. Otros especifique \_\_\_\_\_
5. ¿Qué tipo de abono usa frecuentemente para la producción de café convencional?
- \_\_\_\_\_
6. ¿A cuántos metros sobre el nivel del mar se encuentra su cultivo?
1. Hasta 600 msnm ☐
2. 600 a 900 msnm ☐
3. 900 a 1200 msnm ☐
- IV. De 1200 msnm a más ☐
4. ¿Cuál es la razón principal para sembrar café orgánico?
1. Acceso a organizaciones que exportan el café. ☐
2. Precio del café. ☐
3. Por falta de recursos para la compra de insumos. ☐
- ☐

4. Para evitar la erosión y el empobrecimiento del suelo

5. Otra (especifique) \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto personal requiere para sembrar una hectárea de café?

\_\_\_\_\_

6. ¿Utiliza alguna clase de agroquímico en caso de plagas o enfermedades en el café orgánico? Si su respuesta es SI, Mencione en la línea de abajo el nombre del producto utilizado.

SÍ ☐

NO ☐

\_\_\_\_\_

7. ¿Utiliza alguna clase de agroquímico en caso de plagas o enfermedades en el café convencional? Si su respuesta es SI, Mencione en la línea de abajo el nombre del producto utilizado.

SÍ ☐

NO ☐

\_\_\_\_\_

8. Cada cuanto tiempo sacan las malezas del café?

9. Café orgánico \_\_\_\_\_

10. Café convencional \_\_\_\_\_

11. ¿Han recibido capacitaciones por parte de la asociación en los años 2016 – 2017, relacionadas al cultivo orgánico?

Año 2016	1. SI	2. NO
Año 2017	1. SI	2. NO

3. ¿En las capacitaciones dictadas fueron acompañado de sus familiares menores en los años 2016- 2017?

Año 2016	1. SI	2. NO
Año 2017	1. SI	2. NO

1. ¿La asociación realizo pasantías a organizaciones productoras de café orgánico en los años 2016 – 2017?

Año 2016	A) SI	B) NO
Año 2017	<b>1.</b> SI	<b>2.</b> NO

**3.** ¿Considera que el cultivo orgánico es más rentable que el café convencional?

- 1.** SI
- 2.** NO

**3.** ¿Qué uso le da al residuo de su cultivo?

- 1.** Ninguno o lo quema
- 2.** Lo incorpora al suelo
- 3.** Lo utiliza para el consumo de sus animales
- 4.** Otra (especifique) \_\_\_\_\_

**5.** Indique el tipo de sombra que utiliza su cultivo

- 1.** Rustico: Ecosistema selvático
- 2.** Policultura tradicional: Árboles de sombra de uso tradicional
- 3.** Sombra especializada: Árboles sembrados en función a las necesidades del cafeto
- 4.** Monocultura sin sombra: producción intensiva a pleno sol
- 5.** Otro especificar \_\_\_\_\_

**Gracias**



## **ANEXO 2.**

### **GUIA DE PAUTAS DE LA ENTREVISTA**

**Objetivo:** Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017; dirigido a los representantes de la asociación. (1 a 4 preguntas para actividades primarias) (5 a 8 preguntas para actividades secundarias).

#### **Preguntas:**

1. ¿Cómo ha sido la logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
2. ¿Qué tipo operaciones (producción o procesamiento de materias primas) demanda un café con y sin certificación orgánica de su asociación?
3. ¿Cómo ha sido la logística externa (almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto al consumidor) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
4. ¿Qué estrategias de marketing o de ventas requiere un café orgánico a diferencia de un convencional?
5. ¿De qué manera su infraestructura organizacional (administración general, planeación, finanzas y contabilidad) cambio al obtener la certificación orgánica?
6. ¿Cómo su asociación ha administrado su recurso humano (investigación, contratación, capacitación y motivación de todos los productores asociados) en el periodo 2016 al 2017?
7. ¿Qué tipo de tecnología ha empleado en su asociación en el periodo 2016 al 2017?
8. ¿En qué se diferencia el aprovisionamiento (compras de materias primas, maquinarias, equipos, terrenos y similares) de un café con y sin certificación orgánica?.

**ANEXO 3**

**VALIDACIÓN DEL CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS REQUERIDOS  
POR LA INCIDENCIA DE LA CERTIFICACIÓN ORGÁNICA EN LA  
CADENA DE VALOR DEL CAFÉ (COFFEA ARÁBICA) DE EXPORTACIÓN.  
CASO: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AMAZONAS ALTO MAYO DE LA  
PROVINCIA DE MOYOBAMBA, EN EL PERIODO 2016 AL 2017.**

**Estimado Docente:**

**Nombre completo** *Marco A. Capristan Campos*

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegir como **JUEZ EXPERTO** para revisar el contenido de la entrevista que pretendo utilizar para Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.

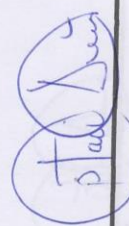
Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido de los resultados de la presente investigación.

De antemano agradecemos su cooperación.

**A.- INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA**

<b>Sexo</b>	Varón (X)    Mujer ( )
<b>Edad</b>	
<b>Profesión o especialidad</b>	<i>Lic. Administrador.</i>
<b>Años de experiencia</b>	<i>30 AÑOS</i>
<b>laboral</b>	

Nº	Items: Entrevista para Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017; dirigido a los representantes de la asociación. (1 a 4 preguntas para actividades primarias) (5 a 8 preguntas para actividades secundarias).
1	¿Cómo ha sido la logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
2	¿Qué tipo operaciones (producción o procesamiento de materias primas) demanda un café con y sin certificación orgánica de su asociación?
3	¿Cómo ha sido la logística externa (almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto al consumidor) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
4	¿Qué estrategias de marketing o de ventas requiere un café orgánico a diferencia de un convencional?
5	¿De qué manera su infraestructura organizacional (administración general, planeación, finanzas y contabilidad) cambio al obtener la certificación orgánica?
6	¿Cómo su asociación ha administrado su recurso humano (investigación, contratación, capacitación y motivación de todos los productores asociados) en el periodo 2016 al 2017?
7	¿Qué tipo de tecnología ha empleado en su asociación en el periodo 2016 al 2017?
8	¿En qué se diferencia el aprovisionamiento (compras de materias primas, maquinarias, equipos, terrenos y similares) de un café con y sin certificación orgánica?



Nº	Ítems: guía documentaria para conocer los costos y precios para determinar el margen de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.
1	¿Cuáles son los costos de producción (cosecha y cultivo) en el periodo 2016 al 2017
2	¿Qué costos de procesamiento (adaptación del café) ha tenido la asociación en el periodo 2016 al 2017?
3	¿En qué costos de transporte y comercialización se ha incurrido en el periodo 2016 al 2017?
4	¿Cuál ha sido el precio de mercado de exportación (en bolsa) del café en el periodo 2016 al 2017?
5	¿Cuál fue el precio por venta en el periodo 2016 al 2017?
6	¿Cuáles fueron los costos de implementación de la certificación orgánica?





**VALIDACIÓN DEL CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS REQUERIDOS  
POR LA INCIDENCIA DE LA CERTIFICACIÓN ORGÁNICA EN LA  
CADENA DE VALOR DEL CAFÉ (COFFEA ARÁBICA) DE EXPORTACIÓN.  
CASO: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AMAZONAS ALTO MAYO DE LA  
PROVINCIA DE MOYOBAMBA, EN EL PERIODO 2015 AL 2017.**

Estimado Docente:

Nombre completo *Rogger Orlando Morán Santamaria*

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegir como **JUEZ EXPERTO** para revisar el contenido de la entrevista que pretendo utilizar para Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017. A continuación, le presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada indicador. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional, y hacer las correcciones u observaciones. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido de los resultados de la presente investigación.

De antemano agradecemos su cooperación.

**A.- INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA**

Sexo	Varón (X)    Mujer ( )
Edad	<i>31</i>
Profesión o especialidad	<i>COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES</i>
Años de experiencia	<i>5 AÑOS</i>
laboral	

Nº	Items: Entrevista para Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017; dirigido a los representantes de la asociación. (1 a 4 preguntas para actividades primarias) (5 a 8 preguntas para actividades secundarias).
1	¿Cómo ha sido la logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
2	¿Qué tipo operaciones (producción o procesamiento de materias primas) demanda un café con y sin certificación orgánica de su asociación?
3	¿Cómo ha sido la logística externa (almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto al consumidor) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
4	¿Qué estrategias de marketing o de ventas requiere un café orgánico a diferencia de un convencional?
5	¿De qué manera su infraestructura organizacional (administración general, planeación, finanzas y contabilidad) cambio al obtener la certificación orgánica?
6	¿Cómo su asociación ha administrado su recurso humano (investigación, contratación, capacitación y motivación de todos los productores asociados) en el periodo 2016 al 2017?
7	¿Qué tipo de tecnología ha empleado en su asociación en el periodo 2016 al 2017?
8	¿En qué se diferencia el aprovisionamiento (compras de materias primas, maquinarias, equipos, terrenos y similares) de un café con y sin certificación orgánica?

  
  
 C.L. Rogger D. Jorjano

N <sup>o</sup>	Items: guía documentaria para conocer los costos y precios para determinar el margen de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.
1	¿Cuáles son los costos de producción (cosecha y cultivo) en el periodo 2016 al 2017?
2	¿Qué costos de procesamiento (adaptación del café) ha tenido la asociación en el periodo 2016 al 2017?
3	¿En qué costos de transporte y comercialización se ha incurrido en el periodo 2016 al 2017?
4	¿Cuál ha sido el precio de mercado de exportación (en bolsa) del café en el periodo 2016 al 2017?
5	¿Cuál fue el precio por venta en el periodo 2016 al 2017?
6	¿Cuáles fueron los costos de implementación de la certificación orgánica?

  
  
LIC. ROGERIO D. HONDA SA ARAZUA



**VALIDACIÓN DEL CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS REQUERIDOS  
POR LA INCIDENCIA DE LA CERTIFICACIÓN ORGÁNICA EN LA  
CADENA DE VALOR DEL CAFÉ (COFFEA ARÁBICA) DE EXPORTACIÓN.  
CASO: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AMAZONAS ALTO MAYO DE LA  
PROVINCIA DE MOYOBAMBA, EN EL PERIODO 2015 AL 2017.**

Estimado Docente:

Nombre completo Nikolays Lizana Guevara

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegir como **JUEZ EXPERTO** para revisar el contenido de la entrevista que pretendo utilizar para Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017. A continuación, le presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada indicador. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional, y hacer las correcciones u observaciones. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.


Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido de los resultados de la presente investigación.

De antemano agradecemos su cooperación.

**A.- INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA**

Sexo	Varón (X)    Mujer (    )
Edad	
Profesión o especialidad	COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Años de experiencia laboral	

Nº	Items: Entrevista para Conocer las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017; dirigido a los representantes de la asociación. (1 a 4 preguntas para actividades primarias) (5 a 8 preguntas para actividades secundarias).
1	¿Cómo ha sido la logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
2	¿Qué tipo operaciones (producción o procesamiento de materias primas) demanda un café con y sin certificación orgánica de su asociación?
3	¿Cómo ha sido la logística externa (almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto al consumidor) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?
4	¿Qué estrategias de marketing o de ventas requiere un café orgánico a diferencia de un convencional?
5	¿De qué manera su infraestructura organizacional (administración general, planeación, finanzas y contabilidad) cambio al obtener la certificación orgánica?
6	¿Cómo su asociación ha administrado su recurso humano (investigación, contratación, capacitación y motivación de todos los productores asociados) en el periodo 2016 al 2017?
7	¿Qué tipo de tecnología ha empleado en su asociación en el periodo 2016 al 2017?
8	¿En qué se diferencia el aprovisionamiento (compras de materias primas, maquinarias, equipos, terrenos y similares) de un café con y sin certificación orgánica?

  
N. Kelaya Pedro digama buvarra  
 DNI: 71874276

*M. K. Stajars* Pedro Algama Guenara  
 JMN: 7 1874276

N<sup>1</sup>K delays Pedro Argana Buenavara  
DN: 7 1874276

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES
“Incidencia de la certificación orgánica del café (coffea arábica) de exportación en la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de Moyobamba, en el periodo 2016 al 2017.”	¿Cómo incide la certificación orgánica del café (Coffea arábica) en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el año 2016-2017?	<p><b><u>Objetivo general.</u></b></p> <p>Analizar la incidencia de la certificación orgánica del café (Coffea arábica) de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.</p> <p><b><u>Objetivos específicos.</u></b></p> <p>Diagnosticar las actividades primarias y secundarias de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017.</p> <p>Identificar los costos de las actividades primarias y secundarias de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, antes y después de la certificación orgánica, en el periodo 2016 al 2017.</p> <p>Identificar la relación entre el precio de mercado de exportación y el precio de venta del café sin y con certificación orgánica de la asociación en el periodo 2016 al 2017</p>	<p><b>Certificación Orgánica</b></p> <p>Es una garantía que asegura a quienes compran el bien de una asociación, que es elaborado bajo normas de producción orgánica reconocidas y comercializado con transparencia y responsabilidad en la distribución de los ingresos, requiriendo de una identificación de costos y precios, para determinar su margen de valor.</p> <p><b>Cadena de valor</b></p> <p>Es un mecanismo que permite detectar las actividades que generan directamente valor al producto para luego analizarlas si es que en realidad constituyen una ventaja competitiva para la empresa.</p>	La certificación orgánica del café (coffea arábica) de exportación ha mejorado las actividades de la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016-2017.	<p><b><u>Variable independiente:</u></b></p> <p>Certificación Orgánica</p> <p><b><u>Variable dependiente:</u></b></p> <p>Cadena de Valor</p>

### ANEXO 05 . Operacionalización de variables

Variables	Concepto	Dimensión	Indicador	Instrumento	Ítems
Independiente: Certificación orgánica	Es una garantía que asegura a quienes compran el bien de una asociación, que es elaborado bajo normas de producción orgánica reconocidas y comercializado con transparencia y responsabilidad en la distribución de los ingresos, requiriendo de una identificación costos y precios, para determinar su margen de valor.	Económica	-Producción orgánica	Cuestionario	-Anexo 1
			-Costos	-Guía documentaria	¿Cuáles son los costos de producción (siembra y cosecha) del café sin y con certificación orgánica en el periodo 2016 al 2017?
			-Precios		¿Qué costos de procesamiento (adaptación del café) ha tenido la asociación en el periodo 2016 al 2017? ¿En qué costos de transporte y comercialización se ha incurrido en el periodo 2016 al 2017? ¿Cuál ha sido el precio de mercado de exportación (en la bolsa de valores) del café en el periodo 2016 al 2017? ¿Cuál fue el precio por venta en el periodo 2016 al 2017? ¿Cuáles fueron los costos de implementación de la certificación orgánica?

Variables	Concepto	Dimensión	Indicador	Instrumento	Items
Dependiente Cadena de valor	Es un mecanismo que permite detectar las actividades que generan directamente valor al producto para luego analizarlas si es que en realidad constituyen una ventaja competitiva para la empresa.	-Actividades primarias de la cadena de valor	<p>-Porcentaje rendimiento físico del producto.</p> <p>-Tipo de producción y procesamiento</p> <p>-Condiciones de almacenamiento y distribución</p> <p>- 4 Ps</p>	-Entrevista	<p>-¿Cómo ha sido la logística de entrada (recepción, almacenamiento y distribución de materias primas) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?</p> <p>-¿Qué tipo operaciones (producción o procesamiento de materias primas) demanda un café con y sin certificación orgánica de su asociación?</p> <p>-¿Cómo ha sido la logística externa (almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto a la empresa que realizará la exportación) de su asociación en el periodo 2016 al 2017?</p> <p>-¿Qué estrategias de marketing o de ventas requiere un café orgánico a diferencia de un convencional?</p>
		- Actividades secundarias de la cadena de valor.	<p>- Nivel de gestión organizacional (método de puntos)</p> <p>- Porcentaje de productores capacitados</p> <p>-Proceso de cambio tecnológico (las 3 I)</p> <p>-Proceso de compras</p>		<p>-¿De qué manera su infraestructura organizacional (administración general, planeación, finanzas y contabilidad) cambio al obtener la certificación orgánica?</p> <p>-¿Cómo su asociación ha administrado su recurso humano (capacitación de todos los productores asociados) en el periodo 2016 al 2017?</p> <p>-¿Qué tipo de tecnología ha empleado en su asociación en el periodo 2016 al 2017?</p> <p>-¿En qué se diferencia el aprovisionamiento (compras de materias primas, maquinarias, equipos) de un café con y sin certificación orgánica?</p>



## ANEXO 06





